

Niina Karjalainen

OPAS AURINKORANNIKOLLE MATKUSTAVILLE LAPSIPERHEILLE

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Matkailun koulutusohjelma
Kevät 2014



Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Niina Karjalainen	
Työn nimi Opas Aurinkorannikolle matkustaville lapsiperheille	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Pekka Oikarinen
	Toimeksiantaja
Aika Kevät 2014	Sivumäärä ja liitteet 28 + 24
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa opas Aurinkorannikolle matkustaville lapsiperheille. Opas julkaistaan internetissä opinnäytetyöni liitteenä.</p> <p>Opinnäytetyöni teoriaosuus koostuu matkailun työntö- ja vetovoimatekijöistä sekä matkailijatyypeistä. Olen syventynyt tarkemmin etenkin lapsiperheisiin matkailijoihin, sillä he ovat oppaan kohderyhmä. Teoriaosuus käsittelee myös tiedonhakua lomamatkaa suunnitellessa, ja hyvän matkaoppaan ominaisuuksia. Teoriaosuudessa kirjoitan myös opinnäytetyöni etenemisestä ja oppaan kirjoittamisprosessista.</p> <p>Oppaassa esitellään Aurinkorannikon viisi kaupunkia, ja niiden tarjoamat 13 aktiviteettia tai paikkaa, johon lapsiperheet voivat lomallaan suunnata. Oppaan lopussa on lisäksi hyvä tietää-osio, josta lukija löytää tarvittavia perustietoja, kun matkakohteena on Espanjan Aurinkorannikko.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat	Matkailun vetovoimatekijät, matkailijatyypit, Costa del Solin nähtävyydet
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Tourism	Degree Programme Tourism
Author(s) Niina Karjalainen	
Title Guide to Costa del Sol for Families with Children	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Pekka Oikarinen
	Commissioned by
Date Spring 2014	Total Number of Pages and Appendices 28 + 24
<p>The purpose of this thesis was to make a guide about Costa del Sol's attractions for families with children. This guide will be published on the internet.</p> <p>The theory part of this thesis handles attractions and tourist types, especially families with children. Other parts deal with how people plan their trips and what kind of elements make a good guidebook. The author's experiences were also included in the thesis. The theory part consists mainly of written literature and the guide itself was created by the author's own experiences and via internet sources.</p> <p>In the guide, 13 attractions around Costa del Sol were included, such as water parks, amusement park, zoo and shopping center. From these attractions pictures and basic information were put on the guide.</p>	
Language of Thesis Finnish	
Keywords	attractions, tourist types, attractions in Costa del Sol
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 MATKAILUN TYÖNTÖ- JA VETOVOIMATEKIJÄT	2
2.1 Työntövoimatekijät ja matkustamisen motiivit	2
2.2 Vetovoimatekijät ja attraktiot	5
3 MATKAILIJATYYPI	7
3.1 Matkailijoiden luokittelu	7
3.2 Lapsiperhe matkailijana	9
3.2.1 Lapsiperhe käsitteenä	10
3.2.2 Lapsiperheen vaatimukset ja kohteen valinta	10
4 AURINKORANNIKON ESITTELY	13
4.1 Costa del Sol – Aurinkorannikko	13
4.2 Aurinkorannikon vetovoimatekijät	13
4.3 Aurinkorannikko lapsiperheille	14
5 MATKAOPAS OSANA MATKAN SUUNNITTELUA	15
5.1 Matkan suunnittelu ja tiedonhaku lomakohteesta	15
5.2 Millainen on hyvä matkaopas?	17
5.2.1 Oppaan ulkoasu ja visuaalinen ilme	17
5.2.2 Kuvat osana opasta	18
6 OPPAAN TOTEUTTAMINEN JA TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ	20
6.1 Oppaan ideointi- ja suunnitteluvaihe	20
6.2 Oppaan kirjoittamisprosessi	21
6.3 Oppaan viimeistely- ja muokkausvaihe	22
7 ARVIOINTI	23
LÄHTEET	26
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäyte, jonka tuotteena on opas Aurinkorannikolle matkustaville lapsiperheille. Sain idean opinnäytetyöhöni jo keväällä 2012 ollessani työharjoittelussa matkatoimistossa Aurinkorannikolla. Opinnäytetyöni ei liittynyt kuitenkaan työharjoittelupaikkaani eikä työlläni ole toimeksiantajaa.

Oppaita eri kaupunkien nähtävyyksiin on aiemminkin tehty opinnäytetöinä Kajaanin Ammattikorkeakoulussa, esimerkiksi Heli Kettukangas on kirjoittanut keväällä 2012 opinnäytetyönään oppaan Kuopion keskustan nähtävyyksiin. Tutustuin kyseiseen työhön omaa työtä suunnitellessani, mutta omassa työssäni halusin suunnata oppaan selkeästi tietylle kohderyhmälle, enkä vain alueen nähtävyyksiin. Idean lapsiperheille suunnatusta oppaasta sain matkatoimistossa työskennellessäni, kun toimistolla kävi paljon lapsiperheitä kyselemässä, mitä he voisivat lomallaan Aurinkorannikolla tehdä.

Opinnäytetyöni teoriaosuudessa kirjoitan matkailun työntö- ja vetovoimatekijöistä ja matkailijatyypeistä. Syvennyn tarkemmin etenkin lapsiperheisiin matkailijoina. Kirjoitan myös matkan suunnittelusta ja tiedonhausta matkaa suunnitellessa sekä siitä, minkälainen on hyvä opas.

Internetissä julkaistava opas on suunnattu Aurinkorannikolle matkustaville lapsiperheille. Oppaassa esittelen paikkoja ja aktiviteetteja, joihin lapsiperheet voivat Aurinkorannikolla ollessaan suunnata. Opas keskittyy Aurinkorannikon viiteen suomalaisten keskuudessa suosittuun kaupunkiin ja niiden tarjoamiin aktiviteetteihin. Lisäksi oppaassa on ”hyvä tietää” osio, joka tarjoaa perustietoja lasten kanssa matkustaville.

2 MATKAILUN TYÖNTÖ- JA VETOVOIMATEKIJÄT

Matkailu perustuu varsin voimakkaasti ihmisten vaihtelunhaluun. Ihmiset haluavat vaihtelua arkirutiineihinsa ja työ- ja asuinympäristöönsä. Ajatukset suuntautuvat helposti niille maantieteellisille alueille, joita pidetään viihtyisinä ja mielenkiintoisina vapaa-ajanviettoympäristöinä. (Vuoristo 1998, 29.)

Jotta matkalle voi ja on halu lähetä, tarvitaan vapaa-aikaa. Matkailun merkitys vapaan aikamme yhtenä vaihtoehtona on päivä päivältä suurempi. Jokaisella matkalla on jonkinlainen suhde vapaa-aikaan, oli sitten kyseessä lomamatka tai työmatka. (Kurki 2008, 62.) Mitä enemmän vapaa-aikaa on käytettävissä, sitä enemmän on myös potentiaalisia matkustusmahdollisuuksia. Ihmisen käytettävissä oleva vapaa-aika on myös yhteiskunnallinen ilmiö. Vapaa-ajasta säädetään monissa laeissa, ja kaikki vapaa-aikaa koskevat laki- ja säädösmuutokset ovat merkityksellisiä matkailuyritysten kannalta. Nykyajan yhteiskunnassa vapaa-aika on itseisarvo ja lepo, virkistys ja ympäristövaihdokset ovat nykyihmisen välttämättömiä tarpeita. Matkailu onkin yksi keino tyydyttää nämä tarpeet. (Albanese & Boedeker 2002, 37–38.)

Matkailussa kysyntä ja siihen liittyvät tekijät on useissa yhteyksissä määritelty työntövoimaksi, tarjonta vetovoimaksi (Vuoristo 1998, 17). Työntövoimatekijät ovat yksilön sisäisiä sosio-psykologisia prosesseja, kun taas vetovoimatekijät liittyvät kohdealueisiin tai matkareitteihin, ja ne ohjaavat matkakohteen valintaa (Aho 1994, 32). Vetovoima muodostuu sekä vetovoimatekijöistä eli attraktioista että niiden varaan muodostetuista palveluista. Attraktiot voidaan jakaa kahteen ryhmään, joista ensimmäisen muodostavat nähtävyydet, näkymät ja maisemat. Toiseen ryhmään kuuluvat aktiviteetit. (Vuoristo 1998, 17.)

2.1 Työntövoimatekijät ja matkustamisen motiivit

Kun puhutaan matkustamisen motiiveista, tarkoitetaan sillä yleensä sitä, minkä takia matkalle yleensäkin lähdetään. Motiivi on kuitenkin käsitteenä selitettävissä monella eri tapaa. Motiivit voivat syntyä silloin, kun henkilöt ajattelevat joitain tulevaisuuteen sijoittuvia aktiviteetteja, jotka ovat potentiaalisesti tyydytystä tuottavia. Toisen määritelmän mukaan motivaatio matkailuun on tietoinen mielentila, joka saa henkilön lähtemään matkalle ja jota voidaan pitää pätevänä selityksenä tehdylle päätökselle. Motiivit ovat siis mentaalisia ennakkokäsityksiä

siitä, että tuleva lomamatka tulee tuottamaan fyysistä tai henkistä mielihyvää. (Aho 1994, 32–33.)

Matkustamisen motiivit voidaan jakaa kahteen pääryhmään: sosiopsykologisiin ja kulttuuriin. Sosiopsykologiset motiivit ovat luonteeltaan yleisiä ja kohderiippumattomia, kun taas kulttuuriset motiivit voivat olla kohdesidonnaisia. Kulttuuriset motiivit liittyvät niin työntö- kuin vetovoimatekijöihin. (Aho 1994, 33.)

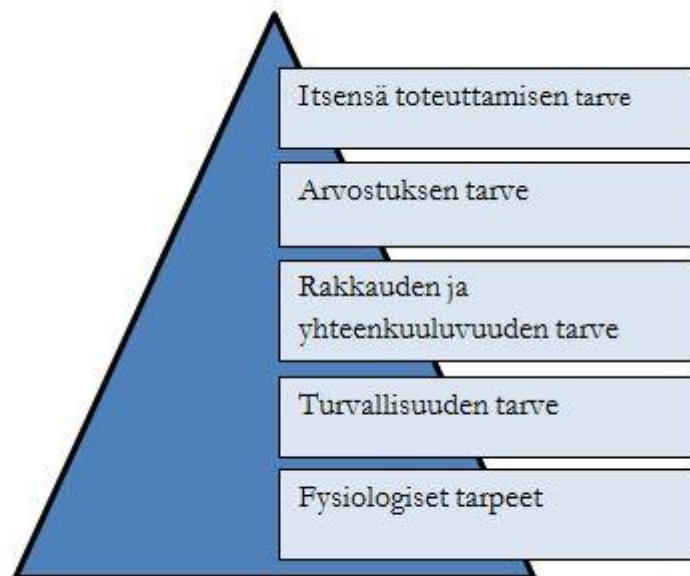
Sosiopsykologiset motiivit eli matkailun työntövoimatekijät voidaan jakaa seitsemään ryhmään, joita ovat

- Pako arkiympäristöstä. Matkalle lähdetään siksi, että arkielämä alkaa tuntua yksitoikkoiselta, ja arkeen kaivataan vaihtelua.
- Itsetutkiskelu ja –arviointi. Matkalle lähdetään siksi, että uudet ympäristöt ja tilanteet stimuloivat oman persoonallisuuden tai imagon etsimistä.
- Rentoutuminen. Matkalle lähdetään siksi, että se rentouttaa ja vähentää stressiä. Rentoutuminen on yleensä henkistä laatua, koska itse matkustaminen voi olla fyysisesti rasittavaa. Rentoutumista lisäävät matkakohhteessa odottavat harrastukset.
- Statuksen kohottaminen. Matkalle lähdetään siksi, että sen avulla voi saada sosiaalista arvostusta. Matkustamista pidetään yhtenä sivistyksen osatekijänä.
- Mahdollisuus käyttäytyä ilman arkiroolien asettamia rajoitteita. Matkalle lähdetään siksi, että matkalla pääsee tekemään asioita, jotka arkiympäristössä voivat herättää pahennusta.
- Perhesiteiden tiivistäminen. Matkalle lähdetään siksi, että se lähentää perheenjäseniä niin henkisesti kuin fyysisesti. Lisäksi matkalla on enemmän aikaa seurustelulle ja yhteisille harrastuksille.
- Sosiaalisten kontaktien lisääminen. Matkalle lähdetään siksi, että se mahdollistaa uusien ihmissuhteiden solmimisen. (Aho 1994, 33–34.)

Kun puhutaan työntövoimatekijöistä, on oleellista nähdä matkustaminen tarpeen tyydyttämisen välineenä (Aho 1994, 35). Se, miten turisti matkallaan viihtyy, liittyy ensisijaisesti siihen,

täyttääkö matka hänen tarpeensa ja odotuksensa. Ihmisten tarpeet vaihtelevat ja ovat yhteydessä monenlaisiin tekijöihin. Näitä ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, persoonallisuus, ammatti, sosiaalinen asema ja kulttuuri. Tarpeet myös poikkeavat toisistaan. On olemassa perusolemukseltaan biologisia, fysiologisia ja psykologisia tarpeita. Fysiologisia tarpeita ovat esimerkiksi nälkä, jano ja liiallisen kylmyyden tai kuumuuden välttäminen. Psykologisiin tarpeisiin kuuluvat arvostuksen ja rakkauden tarpeet. Näiden lisäksi on myös sosiaalisia yhteenliittymisen ja kommunikaation tarpeita. Tarpeiden tyydytys onkin turistin motivaation ydinaimesta: Mitä paremmin hänen tarpeensa tyydyttyvät, sitä tyytyväisempi turisti hän on. (Kurki 2008, 82.)

Abraham Maslowin tarvehierarkian avulla voidaan pohtia turistin tarpeiden tyydyttämistä (Kurki 2008, 82). Maslowin tarvehierarkia on pyramidin kaltainen, ja tarpeet ryhmittyvät seuraavasti:



(Kuvio 1. Maslowin tarvehierarkia. Vuoristo 1998, 42).

Maslowin tarvehierarkian ajatuksena on se, että yksilön edellisten tarvetasojen tulee olla tyydytettynä, jotta voi siirtyä seuraavalle tasolle. Nykyään tämä ajattelu onkin saanut osaltaan kritiikkiä, koska ihminen ei välttämättä etene systemaattisesti eikä käy jokaisella hierarkian

tasolla. Sen sijaan ihminen voi toteuttaa loman tai aktiviteettien kautta kaikkia tarvetiloja tyydyttävää toimintaa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 148.)

2.2 Vetovoimatekijät ja attraktiot

Matkailun vetovoimatekijöitä on tutkittu matkailun historian tutkimisesta asti. Amerikkalainen Michael Peters on esittänyt luokittelun tekijöistä, jotka hänen mukaansa houkuttelevat matkailijoita. Petersin mukaan jotkin valtiot tai alueet houkuttelevat matkailijoita seuraavista syistä: 1. kulttuuri (muinaismuistot, uskonnon erityispiirteet); 2. perinteet (kansalliset juhlat, taiteet, musiikki); 3. luonto (eläimistö, kasvisto, uimarannat jne.); 4. hovitukset (huvipuistot, eläintarhat, urheilutapahtumat, elokuvat jne.); 5. muut houkuttelevat tekijät (ilmasto, ainutlaatuisuudet). Kun tarkastellaan matkailun vetovoimatekijöitä historian näkökulmasta, on hyvä muistaa, että vuosikymmenien ja jopa vuosisatojen takaisen ilmiöiden tutkimisessa tutkija on ollut hyvin erilaisessa tilanteessa kuin oman aikamme tutkija. (Aho 1998, 12–13.)

Sivistyssanakirjassa attraktio voi tarkoittaa vetovoimaa, viehätystä, vetonumeroa, vetonaulaa ja nähtävyyttä (Suomi-sanakirja 2013). Matkailussa attraktiolla tarkoitetaan paikkaan sidottuja kohteita tai tapahtumia, joilla on erinäinen määrä vetovoimatekijöitä. Toisin sanoen attraktiot voidaan käsittää matkakohteiksi ja vetovoimatekijät niiden määritteiksi. (Aho 1998, 38.)

Attraktioita voidaan luokitella monella eri tavalla. Erityisesti matkailumaantieteessä yksi tapa luokitella attraktioita on jakaa ne primäärisiin ja sekundäärisiin attraktioihin. Primääriset attraktiot tarkoittavat pääasiallisia matkakohhteita, joissa turistit viiptyvät yleensä useita päiviä tai kauemmin. Sekundääriset attraktiot ovat välietappeja, joihin pysähdytään matkalla niiden kiinnostavuuden vuoksi. (Aho 1998, 38.)

Toinen tapa attraktioiden luokitteluun on jakaa attraktiot kohde- ja tapahtuma-attraktioihin. Kohdeattraktio tarkoittaa, että matkailijaa vetää puoleensa alue tai paikka itsessään. Tapahtuma-attraktioita ovat erilaiset tapahtumat, kuten festivaalit ja urheilukilpailut. Kun kohde- ja tapahtuma-attraktiot limittyvät, myös kokonaisvetovoima kasvaa. (Aho 1998, 39.)

Attraktiot voidaan luokitella myös sen mukaan, mistä asti attraktiot kykenevät vetämään turisteja. Tässä tapauksessa voidaan erottaa toisistaan paikalliset tai maakunnalliset attraktiot, kansalliset attraktiot sekä kansainväliset attraktiot. Ongelmana tällaisessa luokittelussa on

luokkien päällekkäisyys eli attraktioiden käyttäjäkunta muodostuu samanaikaisesti lähialueilta, muualta kotimaasta ja ulkomailta tulleista matkailijoista. (Aho 1998, 39.)

Usein vetovoimatekijöitä ja niistä muodostuvaa vetovoimaa käsitellään positiivisina, puoleensavetävinä ominaisuuksina. Totuus kuitenkin on, että kohdealueilla voi usein olla myös sellaisia ominaisuuksia, jotka karkottavat turisteja. Negatiivisia vetovoimatekijöitä ovat esimerkiksi turisteihin kohdistuva väkivalta, sodat ja levottomuudet sekä ilmaston ja vesistöjen saastuminen. Negatiivisten vetovoimatekijöiden puuttuminen voi itsessään olla positiivinen vetovoimatekijä. (Aho 1998, 41.)

3 MATKAILIJATYYPIT

Matkailijoita voidaan jakaa monenlaisiin tyypeihin tai luokkiin. Elinkeinosektori mieltää nämä tyypit markkinasegmenteiksi, joihin markkinointi ja yksityiskohtaisempi segmentointi kohdistetaan. Mitä paremmin eri segmenttien ominaisuudet ja rakenne tunnetaan, sitä paremmin myös markkinointi onnistuu. (Vuoristo 1998, 38.)

Matkailijat voidaan jakaa ryhmiin tarkoituksenmukaisesti kahdella pääperiaatteella. Voidaan joko turvautua selkeästi mitattaviin tai määriteltäviin ominaisuuksiin tai vaikeammin määriteltäviin psykologispainotteisiin ominaisuuksiin, jotka liittyvät matkailijoiden tarpeisiin ja motivaatiotekijöihin. (Vuoristo 1998, 38.)

3.1 Matkailijoiden luokittelu

Matkailijat jakautuvat toisistaan erottuviin tyypeihin, joiden piirteet ja motivaatiot vaikuttavat ratkaisevasti alue- ja kohdevalintoihin. Matkailijoiden jakautumisessa on kyse myös markkinasegmenteistä, joiden matkailukysyntä luo massa- tai yksilöturismia. (Vuoristo 2003, 36.)

Matkailijoita luokitellaan joko helposti mitattavien ulkoisten ominaisuuksien tai vaikeammin määriteltävien psykologispainotteisten, tarpeisiin ja motivaatioon perustuvien sisäisten ominaisuuksien perusteella. Matkailijoiden luokittelu auttaa ymmärtämään matkailijoiden kohde- ja aluevalintoja. (Vuoristo 2003, 37.)

Selkeästi mitattavilla tai määriteltävillä indikaattoreilla saadaan tarkasti selville suureenkin matkailijajoukkoon mahdollisesti sisältyvät omaleimaiset osajoukot. Indikaattorit, joiden avulla matkailijoiden ryhmittely tapahtuu, voidaan jakaa maantieteellisiin, demografisiin ja sosio-ekonomisiin indikaattoreihin ja harrasteisiin. Maantieteellisten mittareiden avulla voidaan erottaa toisistaan esimerkiksi ulkomaalaiset ja suomalaiset, ulkomaalaiset kansallisuuksittain, kaupunkilaiset ja haja-asutusalueiden asukkaat sekä pääkaupunkiseudulla asuvat ja muut. Demografisia indikaattoreita ovat ikä, sukupuoli, rotu, kieli, siviilisäätty ja uskonto. Sosio-ekonomiset mittarit kuvaavat taloudellista ja yhteiskunnallista asemaa sekä koulutustasoa.

Tärkeimpiä sosio-ekonomisia mittareita ovat koulutus, asema ammatissa, tulot, palkallisen vapaa-ajan määrä sekä omistukset, kuten loma-asunto tai auto. (Vuoristo 1998, 39.)

Matkailijoita voidaan luokitella myös psykologispainotteisten ominaisuuksien mukaan. Tunnetuin teoria jakaa matkailijat niin sanotusti psykograafisiin tyyppeihin on Plogin alun perin vuonna 1974 esittämä luokittelu, jossa matkailijat jaetaan kahteen ääripäähän: psykosentrikoihin ja allosentrikoihin. Psykosentrikot suosivat valmiita matkanjärjestelyjä, kuten täydellisiä lomapaketteja ja seuramatkoja, passiivisia harrastuksia, tuttua ilmapäiriä ja ympäristöä sekä autolla saavutettavissa olevia kohteita. Allosentrikot sen sijaan ovat matkanjärjestelyissään itsenäisiä, etsivät uusia ja outoja kohteita, nauttivat uusista elämyksistä ja kokemuksista sekä ovat aktiivisia harrastajia. He eivät myöskään kaihda lentomatkaa itse kohdealueelle ja tyytyvät vaatimattomaankin varuste- ja palvelutasoon. Lisäksi he ovat kiinnostuneista vieraista kulttuureista ja ihmisistä. Näiden kahden äärityyppin välimuotona ovat midsentrikot, joilla on molempien päätyyppien ominaisuuksia ja johon suurin osa väestöstä lukeutuu. (Vuoristo 1998, 45.)

Cohen luokitteli vuonna 1972 matkailijat neljään eri luokkaan, joita ovat

- Sosiaalinen valtavirtaturisti
 - Suosii valmiita matkapaketteja ja tuttuja kohteita. Liikkuu ryhmässä, ei ota riskejä.
- Yksilöllinen valtavirtaturisti
 - Suosii pakettimatkoja, joissa on enemmän vapautta. Ottaa jonkin verran riskejä.
- Tutkiskelija
 - Hoitaa itse matkajärjestelyn, välttelee massoja ja ryhmiä, on kiinnostunut paikallisista ihmisistä.
- Kuljeskelija
 - Ei suunnittele matkaa etukäteen, valitsee matkakohteen sattumalta ja sen hetken mielialan mukaan. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 147.)

Matkailijoita voidaan luokitella myös matkailumarkkinoinnin näkökulmasta. Matkailijoiden segmentointi on kaikkien kilpailukeinojen lähtökohta. Tuotteet ja palvelut on suunniteltava kohderyhmän mukaan, ja hinnoittelu ja markkinointiviestintä on muotoiltava eri kohderyhmille eri tavalla. Segmentin tärkein valintaperuste on riittävä ostovoima, mutta myös markkinoiden kilpailutilanne vaikuttaa valintaan. Kun tarkastellaan tulevaisuuden kasvunäkymiä, tarvitaan pehmeiden tekijöiden (tarpeet, toiveet, elämäntapa) lisäksi tietoa demografisista muuttujista. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 171–172.)

3.2 Lapsiperhe matkailijana

Monet ajattelevat, että perheen perustamisen jälkeen ei ole enää mahdollisuutta matkustaa. Tämä ei kuitenkaan ole totta, sillä lasten kanssa on mahdollista ja jopa suotavaa matkustaa. Lapsille matkailu ei ole ainoastaan poikkeus arjesta, vaan ennen kaikkea tilaisuus viettää aikaa yhdessä koko perheen voimin ja mahdollisesti oppia toisistaan jotain uutta. Parhaimmillaan matkailu lasten kanssa on rentoutumisen lisäksi mahdollisuus kasvattaa lasta suvaitsevaisuuteen, kertoa toisenlaisista kulttuureista ja tutustuttaa monenlaisiin ruokiin ja tapoihin (Niinikangas & Ropponen 2013, 19, 21, 23).

Vanhempien täytyy vain muistaa, että sekä lyhyemmät matkat että kauemmas suuntautuvat ulkomaanmatkat tehdään viime kädessä lasten ehdoilla (Niinikangas & Ropponen 2013, 21). Matka onnistuu parhaiten, kun vanhemmilla on oikea asenne ja hyväksytään se, että matkustaminen lasten kanssa on varmasti erilaista kuin ilman heitä. Lasten kanssa matkustettaessa tarvitaan enemmän ennakoiteja ja kompromisseja, eikä matkalta varmasti kommelluksia puutu. Matkailu lasten, ja koko perheen kanssa, tarjoaa unohtumattomia kokemuksia ja yhdessä oloa. Matkustaminen vaikuttaa myös lasten maailmankuvan rakentumiseen. (Fernández & Lahti 2012, 10.)

Tärkein asia lasten kanssa tehtävän matkan onnistumisessa on asenne. Tärkeintä on hyväksyä se tosiseikka, että matkustaminen lasten kanssa on erilaista kuin ilman lapsia. Loman ei kuitenkaan tarvitse olla sen vuoksi huonompi, vaan parhaimmillaan loma voi avata uusia näkökulmia. Mitä pienempiä lapsia matkalla on mukana, sitä varmemmin vanhemmat joutuvat joustamaan omista toiveistaan. Matkasta tulee onnistunut, kun vanhemmat osaavat suhtautua uusiin ja poikkeaviin tilanteisiin rennosti. Omat valmiudet kannattaa punnita tarkoin jo matkaa suunnitellessa. (Fernández & Lahti 2012, 15–16.)

Toinen tärkeä asia asenteen lisäksi on ennakointi. Lomasta tulee onnistuneempi, kun osaa ennakoida erityisesti lapsen perustarpeita, kuten unta, ruokaa ja tekemisen halua (Fernández & Lahti 2012, 26).

3.2.1 Lapsiperhe käsitteenä

Lapsiperheen määritelmä vaihtelee hurjasti maasta riippuen. Esimerkiksi Yhdysvalloissa ja Pohjois-Euroopassa ”ydinperhe” käsittää kaksi aikuista ja yhdestä kolmeen lasta. Etelä-Euroopassa, Lähi-idässä ja monissa Aasian maissa perhe-käsite on paljon laajempi. Lasten lukumäärä voi olla paljonkin suurempi, ja lisäksi sukulaiset sisällytetään myös perheeseen. Nykypäivänä tulee ottaa huomioon myös yksinhuoltajaperheet, sillä ne ovat kasvava ilmiö yhteiskunnassamme. (Swarbrooke & Horner 1999, 146–147.)

Kaikissa länsimaissa perherakenne on muuttunut viime vuosien aikana. Esimerkiksi naimisiin mennään ja perhe perustetaan entistä myöhemmin, mikä laskee luonnollisesti myös syntyvyyslukuja. Samalla sellaisten lapsiperheiden määrä kasvaa, joissa molemmat vanhemmat ovat ansiotyössä. Tämä vaikuttaa positiivisesti matkailukysyntään, koska perheet ovat vauraampia. Yksi perherakennetta koskeva ilmiö on lapsettomien pariskuntien ja yksinhuoltajaperheiden määrän kasvu. Avioerot ovat yleistyneet kaikissa länsimaissa, joten nykyperhe näyttää hyvinkin erilaiselta kuin vuosia sitten. (Albanese & Boedeker 2002, 33–34.)

Matkailussa perherakenteen muutokset näkyvät esimerkiksi lyhyiden lomien suosion kasvuna ja viikonloppumatkojen lisääntymisenä. On todennäköistä, että kesän merkitys varsinaisena lomakautena vähenee. Tämä tasoittaa matkailijamäärien vaihtelua ja pienentää kesäsesongin merkitystä. Näin ollen matkailijayritysten riski pienenee, koska niiden toiminta ei riipu vain yhdestä matkailijoita riittävästä ajankohdasta. (Albanese & Boedeker 2002, 34.)

3.2.2 Lapsiperheen vaatimukset ja kohteen valinta

Monet matkanjärjestäjät käyttävät lapsiperheen määrittelyä edellä mainittua Pohjois-Euroopan mallia. Lapsiperheiden matkailussa ratkaisevin tekijä onkin juuri lapsien olemassa olo. Monet perheet valitsevat lomansa lapsien tarpeiden perusteella, jotka nekin vaihtelevat lapsen iän mukaan. (Swarbrooke & Horner 1999, 147.)

Vauvan (0–12 kk) kanssa matkustettaessa tärkeintä on taata turvalliset ja mukavat olosuhteet vauvalle. Tämän vuoksi saattaa joutua välttämään maita, joissa on alhainen hygieniataso. Sen sijaan kannattaa valita lentoyhtiö ja hotelli, jotka tarjoavat erityisiä palveluita vauvoille, kuten ilmaisen ruuan. (Swarbrooke & Horner 1999, 147.) Vauvan kanssa voi matkustaa melkein minne vain rokotusohjelman puitteissa. Tärkeimmät rokotteet annetaan vauvalle kolmen kuukauden iässä, jonka jälkeen matkustaminen eksoottisemmillekin alueille on sallittua. (Fernández & Lahti 2012, 30–31.)

Vauvan kanssa matkustaminen on monesta syystä kuitenkin melko helppoa. Vauvat kulkevat kätevästi kantorepussa tai istuvat rattaissa, joten liikkuminen vauvan kanssa on helppoa. Vauvan kanssa matkustettaessa kustannukset ovat myös joiltain osin pienemmät, sillä vauvaikäinen pääsee moneen paikkaan ilmaiseksi. (Fernández & Lahti 2012, 30–31.)

Taaperoikäisten (1–3 -vuotiaiden) lasten kanssa matkustettaessa suositaan kohteita, joihin matkustus aika ja – matka ovat lyhyitä, sillä näin vältetään lapsen ikävystyminen (Swarbrooke & Horner 1999, 147). Lisäksi mitä lyhyempi lentomatka on, sitä paremmin säästävät vanhempien hermot (Fernández & Lahti 2012, 32). Turvallisuus vaikuttaa myös matkakohteen valintaan kun matkustetaan taaperoikäisen lapsen kanssa. Juuri kävelemään oppineen lapsen kanssa ei voi valita kohdetta, jossa esimerkiksi parvekkeet tai uima-altaat voivat aiheuttaa vaaratilanteen. (Swarbrooke & Horner 1999, 147.)

Taaperoikäinen lapsi osaa itse näyttää tai kertoa, jos on nälkä tai jos väsyttää. Myös ruokailu helpottuu, kun ei tarvitse kantaa mukana vauvanruokia, vaan lapsikin voi syödä hieman vapaammin. Taaperoikäisten kanssa ei voi viettää lepolomaa, vaan yhdessä tekemisen aktiivilomaa. Hyviä lomakohteita ovat esimerkiksi rantakohteet. (Fernández & Lahti 2012, 32–33.)

Leikki-ikäiset lapset (3–6 -vuotiaat) ovat energisiä ja uteliaita matkailijoita. Yli kolmevuotiaat jaksavat usein kävellä jo melko pitkiäkin matkoja, joten rattaita ei välttämättä koko ajan tarvita. Leikki-ikäisellä unirytmä ja kärsivällisyys ovat jo kehittyneemmät, joten kaukomatkalle lähteminenkin on mahdollisuus. Leikki-ikäisen kanssa matkan suunnittelu ja matkalle lähteminen on helppoa, koska koulu ei vielä aseta rajoitteita matkustamiselle. (Fernández & Lahti 2012, 33–34.)

Kouluikäisten lasten (7–12 -vuotiaiden) kanssa matkustaminen on todella antoisaa (Fernández & Lahti 2012, 35). Kouluikäiset lapset haluavat lomalleen yksinkertaisia aktiviteetteja, kuten mahdollisuuden leikkiä muiden samanikäisten kanssa leikkikentällä ja uima-altaalla.

(Swarbrooke & Horner 1999, 147.) Kouluikäisellä voi olla jo omia toiveita siitä, mitä lomallaan haluaa tehdä, ja vanhempien on tärkeä antaa jokaisen perheenjäsenen ehdottaa ohjelmaa lomalle. Kouluikäisen kanssa on helpompi lähteä eksoottisimpiinkin kohteisiin, kun vanhempien päällimmäisenä huolena ei enää ole pikkulapsen selviäminen. (Fernández & Lahti 2012, 36.)

Teini-ikäiset (13–18 –vuotiaat) haluavat tehdä lomallaan asioita itsenäisesti ja nauttivat yhä enemmän aikuisille tarkoitetuista aktiviteeteista (Swarbrooke & Horner 1999, 147). Matkan suunnittelussa on tärkeä ottaa huomioon mahdolliset tunteiden ailahtelut ja oman ajan tärkeys. Toiveet matkan sisällöstä liittyvät usein omiin harrastuksiin tai kiinnostuksen kohteisiin. Monet teini-ikäiset haluavat matkustaa jo omin päin, joskin silloin erityisesti on hyvä muistaa kohteen turvallisuuteen liittyvät asiat. (Fernández & Lahti 2012, 36.)

Matkakohteen valintaan vaikuttavat taloudelliset, ajalliset, terveydelliset ym. reunaehdot. Matkaa suunnitellessa henkilö vertailee eri attraktioita ja niiden vetovoimatekijöitä koskevia mielikuviaan lomalle asetettuihin preferensseihin ja tavoitteisiin. Kohteeksi valitaan se attraktio, jossa vastaavuus on mahdollisimman hyvä. (Aho 1998, 44.)

Lasten määrällä on kuitenkin vaikutus vaatimuksiin. Perheille, joissa on monta lasta, on tärkeää löytää kohde, jonne pääsee edullisesti ja jossa lomaileminen on edullista. Monet perheet suosivat nykyään myös omatoimimatkoja, sillä itsenäisesti matkailu on edullisempaa. (Swarbrooke & Horner 1999, 147.) Lasten määrän ja budjetin lisäksi kohteen valintaan vaikuttavat kiinnostuksen kohteet ja käytettävissä oleva aika. Perheen kiinnostukset ja odotukset vaikuttavat kohteen valintaan vahvasti. Kohdetta valitessa täytyy miettiä, mitä sekä vanhemmat että lapset haluavat lomallaan tehdä. Konkreettisesti kohteen valintaan vaikuttaa etäisyys kotimaasta ja kulkuväline. Muita vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa ilmasto, aikaero ja lapsiystävällisyys. Monelle perheelle kohteen valintaan vaikuttavat myös muiden kokemukset samasta kohteesta. (Fernández & Lahti 2012, 44.)

Matkailu lasten kanssa kannattaa aloittaa varovasti lyhytkestoisista matkoista ja venyttää etäisyyttä ja matkan kestoa pikkuhiljaa. Tällä tavalla perheen matkansietokykyä tulee kokeiltua ja lapsetkin tottuvat matkailuun. (Niinikangas & Ropponen 2013, 22.)

4 AURINKORANNIKON ESITTELY

Seuraavassa esittelen Aurinkorannikkoa lyhyesti. Aurinkorannikon esittely jatkuu oppaassa (liite 1), mutta tässä vaiheessa kerron yleistietoa alueesta. Opas sen sijaan on suunniteltu lapsiperheille, ja se tarjoaa esimerkkejä siitä, mitä lasten kanssa voi Aurinkorannikolla tehdä.

4.1 Costa del Sol – Aurinkorannikko

Espanja on ollut jo 1950-luvulta asti yksi suomalaisten suosikkikohteista. 1950-luvulla Espanjassa valtio panosti voimakkaasti matkailuun tukemalla taloudellisesti matkailuteollisuutta ja järjestämällä suuria mainoskampanjoita. Jo kenraali Francon aikana matkailun todettiin olevan Espanjalle taloudellisesti kannattavaa, ja vuosina 1964–1966 Espanjan hallitus jakoi runsaasti rahaa matkailulle, jotta sitä voitiin laajentaa sisämaan kaupunkeihin ja etelärannikolle. Espanjan suosion salaisuus matkakohteena olivat halvat hinnat, pitkä rantaviiva ja ilmasto. Costa del Sol on ollut jo 1960-luvulta saakka yksi Espanjan suosituimmista kohteista suomalaisten keskuudessa. (Kostiainen & Korpela 1995, 176–179.)

Costa del Sol sijaitsee Iberian niemimaan eteläosassa ja alueella on 161 kilometriä pitkä rantaviiva. Pääkaupunki Málaga sijaitsee keskellä Costa del Solia ja jakaa alueen itään ja länteen. Costa del Solin turismi on lähtenyt Torremolinoksesta, mutta levinnyt 1960-luvun loppupuolella naapurikaupunkeihin Benalmádenaan, Fuengirolaan ja Mijakseen. (Visit Costa del Sol 2014.)

4.2 Aurinkorannikon vetovoimatekijät

Espanjan Aurinkorannikko eli Costa del Sol on yksi suosituimmista suomalaisten matkakohdeista kautta aikojen. Aurinkorannikolla alkoi aikanaan myös matkailun popularisoituminen, kun seuramatkat charter-lentoineen käynnistyivät ja Suomen kansan etelänmatkailu alkoi toden teolla. Vaikka uusia matkakohdeita on vuosien mittaan tullut paljon lisää ja kilpailu maailmalla koventunut, on Aurinkorannikko onnistunut pysymään vuodesta toiseen suomalaisten suuressa suosiossa. (Ryynänen & Konu 2011, 7.)

Costa del Solin matkailullisen menestyksen avaimina voidaan pitää suotuisaa ilmastoa, sijaintia sekä eteläespanjalaista elämäntyyliä. Euroopan mantereen leuto talvi-ilmastoon on mahdollistanut ympärivuotisen matkailuvirran. (Ryynänen & Konu 2011, 30–31.) Aurinkorannikolla on tilastollisesti 320 pilvetöntä päivää vuodessa. Talvet ovat Aurinkorannikolla leutoja ja vain tilapäisesti sateisia, kesät kuumia ja erittäin kuivia. (Korpela 2008, 11.)

Málagaan on hyvät kulkuyhteydet kaikkialta Euroopasta, ja esimerkiksi lentomatka pohjoisesta Euroopasta kestää vain muutaman tunnin. Paikallisen ilmastoon, elämäntyyliin, edullisten lentojen, uimarantojen ja rikkaan gastronomian lisäksi suosioon löytyy muitakin syitä: lukuiset harrastusmahdollisuudet ja aktiviteetit. (Ryynänen & Konu 2011, 30–31.)

4.3 Aurinkorannikko lapsiperheille

Lapsiperheille Costa del Sol on mainio lomakohde. Espanjalaisille ominaista on hyvin tiivis perhe-elämä, ja yhdessäolo määrää pitkälle espanjalaisten ajanviettoa. Nuoriso pidetään myös tiukasti kiinni muun perheen yhteydessä. Espanjassa perinteiset kulttuurimuodot ovat sellaisia, että niihin voi osallistua koko perhe. Näitä ovat esimerkiksi erilaiset pelit, korttipelit ja härkätaistelut. (Helminen & Korppi-Tommola 1994, 261–262.)

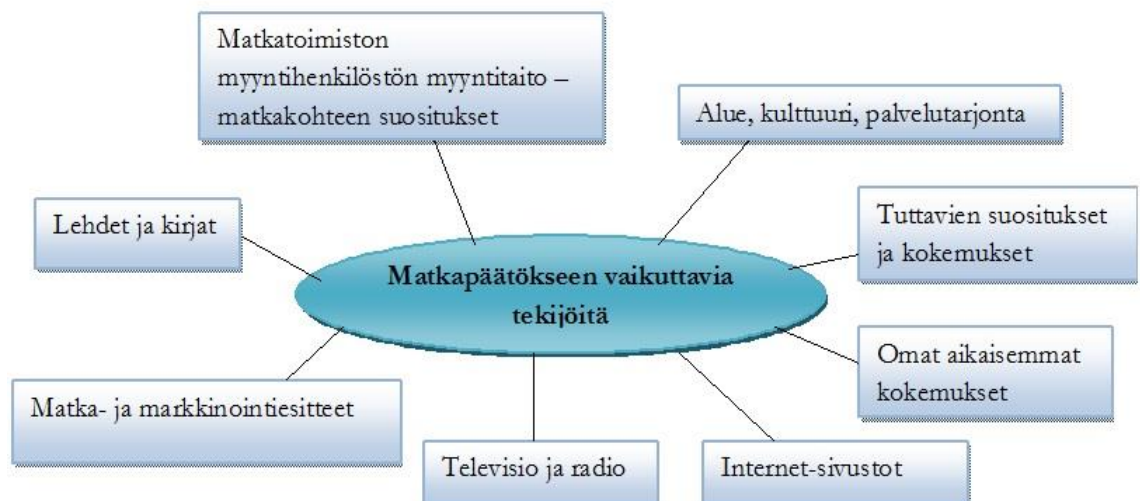
Koska espanjalaisille perhe on tärkeässä roolissa, myös lapsiperheet turistina otetaan hyvin vastaan. Espanjassa lapset otetaan usein mukaan kaikenlaiseen toimintaan, ja lapsiperheille on tarjolla runsaasti nähtävää ja koettavaa. Tekemistä löytyy etenkin rannikolta ja suurista kaupungeista. Lapsimatkailijoihin suhtaudutaan Espanjassa lämpimästi, ja lapset ovatkin tervetulleita kaikkialle. Koska espanjalaiset lapset ovat tottuneet valvomaan myöhään, otetaan heidät mukaan myös ravintolaan. (Jakobson & Kaskimies 2005, 228.)

5 MATKAOPAS OSANA MATKAN SUUNNITTELUA

Tässä osiossa käsittelen matkan suunnittelua ja tiedonhaku lomakohteesta. Koska opinnäytetyöni tuotteena syntyy internetissä julkaistava opas, käsittelen tässä myös matkaopasta tiedonhaun kohteena. Syvennyn myös tarkemmin siihen, minkälainen on hyvä opas ja mitä asioita tulee ottaa huomioon, kun opasta kirjoitetaan internetiin.

5.1 Matkan suunnittelu ja tiedonhaku lomakohteesta

Matkan suunnittelu ja ostoprosessi alkaa tarpeen tiedostamisella (Puustinen & Rouhiainen 2007, 168). Lomamatkan suunnittelun aloittamisen pohjalla onkin tarpeen tyydyttäminen. Matkustusmotivaation taustalla vaikuttaa se, että matkailuun liittyvä tarpeentyydytys ei rajoitu pelkästään itse matkaan, vaan matkan valmistelukin tuottaa usein mielihyvää. (Ylikoski 1997, 72.)



(Kuvio 2. Karusaari & Nylynd 2009, 33.)

Tarpeen tunnistamista seuraa informaation etsiminen tarjolla olevista vaihtoehdoista. Mikäli kuluttaja kokee, ettei hän itse tiedä tarpeeksi kyseisestä asiasta, esimerkiksi matkakohteesta,

ryhtyy hän etsimään ulkopuolista tietoa päätöksentekonsa tueksi. Lomamatkaa suunniteltaessa informaation etsintä on usein ulkoista ja etsittäessä käytetään monia tietolähteitä. Kuluttajan ulkoisia tietolähteitä ovat

- Sosiaaliset lähteet (ystävät, tuttavat).
- Markkinointiviestintä: henkilökohtainen myyntityö ja mainonta.
- Puolueettomat lähteet.
- Kaupalliset julkaisut.

Koska lomamatkan valintaan liittyy riskejä, kuluttaja pyrkii tiedon avulla vähentämään niitä. Markkinointiviestintä tarjoaa kuluttajalle määrällisesti eniten informaatiota. Luotettavuus koetaan kuitenkin helposti heikoksi, sillä markkinointiviestintä ei tarjoa tietoa asiakkaiden kokemuksista. Sen sijaan sosiaaliin tietolähteisiin luotetaan. Sosiaalinen viestintä muodostaa palvelun ostoa suunnittelevalle kuluttajalle helpon ja arvostetun tietolähteen. Kokemusominaisuuksien hyvänä tietolähteenä toimivat ystävien ja tuttavien kokemukset. (Ylikoski 1997, 72–73.)

Monet lähtevät ensimmäiseksi etsimään tietoa internetistä. Internetistä löytää tietoa eri maisista, kohteista, matkailijoiden kertomuksia, valokuvia ja keskustelu- ja kyselypalstoja (Pyhälä 2005, 30). Internetin palveluntarjoajien sivuilla voi helposti selata hotellitarjontaa läpi omien kriteereiden mukaan rajattuna. Nykyään jopa tarpeen vauvansängylle voi ilmoittaa hotelliin sähköpostilla. (Niinikangas & Ropponen 2013, 25.)

Internetissä kannattaa kuitenkin muistaa suhtautua asioihin varauksella, koska kuka tahansa voi kirjoittaa sinne mitä tahansa. Muiden kokemuksia ja vinkkejä kannattaa käydä lukemassa erilaisilta keskustelupalstoilta kuitenkin perinteisiä matkaoppaita unohtamatta. (Niinikangas & Ropponen 2013, 25.)

Lasten kanssa matkustettaessa kannattavat lapset ottaa mukaan matkan suunnitteluun, sillä silloin hekin voivat esittää omat matkatoiveensa. Kun lapsetkin tietävät matkakohdeesta ennen matkalle lähtöä, tuntevat he matkalla olonsa turvallisemmaksi ja mukavammaksi. Yhteinen matkan suunnittelu ja matkaan valmistautuminen myös yhdistää perhettä. Lapsiperheille löytyy internetistä paljon tietoa, mutta hyvänä tietolähteenä toimivat sosiaaliset lähteet, kuten

ystäväperheen haastatteleminen. Aidoilla, rehellisillä kokemuksilla taataan onnistunut loma. (Fernández & Lahti 2012, 111.)

Kun suunnittelee matkaa lasten kanssa, on tärkeää miettiä, kuinka paljon vaivaa ja vastuuta haluaa itselleen. Vastuuta matkasta ja sen suunnittelusta voi vähentää valitsemalla valmismatkan jonkin matkanjärjestäjän kautta. Valmismatkalla tarkoitetaan vähintään kahdesta matkailupalvelusta koostuvaa pakettia, jonka osia ei voi ostaa erikseen hinnoiteltuna. Monilla matkanjärjestäjillä on tarjolla lapsiperheille erityisiä palveluita, kuten lastenklubeja ja ilmaisia aterioita. (Fernández & Lahti 2012, 70–71.)

5.2 Millainen on hyvä matkaopas?

Hyvässä oppaassa on paljon samoja piirteitä kuin hyvässä esitteessä markkinointiviestinnän keinona. Hyvä opas on suunniteltu tietylle kohderyhmälle, ja se on totuudenmukainen ja hyväntuulinen. Oppaassa käytetään selkeää kieltä ja vältetään tavanomaisia ja tylsiä ilmaisuja. Hyvä opas herättää mielenkiinnon ja erottuu massasta, ja oppaan tärkein sanoma on selkeästi esillä. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 235.)

5.2.1 Oppaan ulkoasu ja visuaalinen ilme

Opinnäytetyöhöni kuuluva opas on verkkoteksti, joten sen suunnittelu ja kirjoittaminen eroaa paperitekstistä. Verkkotekstiä luetaan usein hitaammin, koska ruudulta lukeminen on vaikeampaa. Verkkotekstin lukemiseen vaikuttavat usein myös lukemistilanne ja tiedonetsimisen päämäärähakuisuus. (Jääskeläinen 2002, 12.)

Hyvän verkossa julkaistavan tekstin yleisinä vaatimuksina voidaan pitää silmäiltävyyttä, luettavuutta ja käytettävyyttä. Silmäiltävyydellä tarkoitetaan sitä, minkälaisen ensivaikutelman teksti antaa, kun lukija silmäilee tekstin nopeasti läpi. Silmäiltävyyttä helpottavat esimerkiksi tiheä kappalejako ja väliotsikointi, kiinnostava aloitus, tärkeimmästä vähemmän tärkeään etenevä rakenne, luettelmat, kuvitus ja luontevan kokonaisuuden hahmottaminen kerralla. Luettavuudella tarkoitetaan sitä, miten nopeasti teksti on luettavissa ja ymmärrettävissä. Luettavuutta helpottavat tekstin ulkoinen selkeys ja ilmaisun havainnollisuus. Käytettävyydellä tarkoitetaan sitä, miten vaivattomasti lukija löytää tarvitsemansa tiedon. Käytettävyyttä pa-

rantavat silmäiltävyyden ja luettavuuden lisäksi opastava ja juonellinen tekstin rakentaminen. (Jääskeläinen 2002, 14.)

Kun julkaistava verkkoteksti on opas, huomioon otettavia seikkoja oppaan ulkoasussa ja sisällössä ovat muun muassa:

- rakenne, layout: tekstin ja kuvien suhde, typografia
- sanoma, viesti, tuotteen kuvaus
- laajuus
- värien ja kuvien käyttö
- informaation tarve ja määrä.

(Puustinen & Rouhiainen 2007, 233–234.)

Kun tarkastellaan oppaan typografiaa, on otsikolla suuri merkitys. Otsikot ovat visuaalisesti hallitsevia, joten niiden typografian pitää olla viimeistely. Otsikot kirjoitetaan mieluiten pienaakkosin, koska suuraakkoset ovat vaikealukuisia ja vievät enemmän tilaa. (Itkonen 2007, 96.)

Kirjantyyppiä valittaessa tärkein kriteeri on helppolukuisuus. Helppolukuisuudella tarkoitetaan sitä, että eri kirjaimet erottuvat selvästi toisistaan ja niiden lukeminen ja tunnistaminen on helppoa ja nopeaa. Pienaakkosia on helpompi lukea kuin suuraakkosia. Syynä tähän on se, että pienaakkosten kirjaimet poikkeavat enemmän toisistaan. (Itkonen 2007, 70.) Helppolukuisuuden takaamiseksi leipätekstin pistekokona on hyvä käyttää pistekokoa 9-12. Sitä pienemmät koot ovat usein vaikealukuisia, suuremmat taas ovat tarkoitettu otsikkokäyttöön. (Itkonen 2007, 83.)

5.2.2 Kuvat osana opasta

Kun kirjoitetaan asiatekstiä, kuvien ja värien tehtävä on herättää mielenkiintoa ja tukea tekstin sisältöä. Kuvien valinnassa on pidettävä huoli, että kuvat ovat teknisesti moitteettomia ja

että niissä on sisältöä ja sanoma. Kuvat eivät saa viedä tekstin tavoitetta, vaan tavoitteena on että kuvat tukevat tekstiä. (Luukkonen 2004, 41–42.)

Kuvatyyppejä on useita, ja niitä voidaan luokitella esimerkiksi esittämistekniikan, rajauksen ja sisällön perusteella. Erilaisia kuvatyyppejä ovat muun muassa kuvituskuva, tietokuva ja tunnekuva. Kuvituskuva on tarkoitettu elävöittämään tekstiä visuaalisesti ja herättämään positiivisia tunteita. Kuvituskuva voi olla myös sellainen, joka ei liity tekstiin. Kuvituskuvaa käytettäessä ei tarvitse kuvatekstiä. Tietokuvalla pyritään sen sijaan välittämään tietoa. Tietokuva voi olla esimerkiksi kartta läänijaosta tai kuva esiteltävästä tuotteesta. Tunnekuva välittää tunnetta, ja se on usein valokuva. Tunnekuvaa käytettäessä ei tarvitse kuvatekstiä, jos sitä käytetään kuvituskuvana. (Kortesuo 2009, 29.)

Kuvien käytössä ja valinnassa on muutama perussääntö, jotka on hyvä huomioida, kun valitsee kuvia tekstiin. Mikäli kirjoittaa pitkää tekstiä, on kuvien käyttö suositeltavaa. Kuvat tulee valita huolella, ja niiden pitää olla keskenään samantyyllisiä. Kuvia ei kannata käyttää myöskään liikaa eikä sekoittaa keskenään eri kuvatyyppejä, kuten tunnekuvia ja tietokuvia. On tärkeää, että kuvituksessa nousee esille aina yksi pääkuva, ja muut kuvat tukevat sen viestiä. (Kortesuo 2009, 29.)

6 OPPAAN TOTEUTTAMINEN JA TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Toiminnallinen opinnäytetyö on vaihtoehto tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallinen opinnäytetyö tavoittelee käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. (Vilkka & Airaksinen 2003, 9.)

Toiminnallisen opinnäytetyön lopullisena tuotoksena syntyy aina jokin konkreettinen tuote, kuten kirja, ohjeistus, tietopaketti tai portfolio. Tavoitteena on viestinnällisin ja visuaalisin keinoin pyrkiä luomaan kokonaisilme, josta voi tunnistaa tavoitellut päämäärät. (Vilkka & Airaksinen 2003, 51.) Oman opinnäytetyöni tuote on opas Aurinkorannikolle matkustaville lapsiperheille.

6.1 Oppaan ideointi- ja suunnitteluvaihe

Sain idean opinnäytetyöhön jo keväällä 2012 ollessani työharjoittelussa matkatoimistossa Costa del Solilla. Matkatoimistossa kävi useita lapsiperheitä sekä lapsia isovanhempiensa kanssa tiedustelemassa, mitä he voisivat Aurinkorannikolla ollessaan lastensa kanssa tehdä. Tästä sain idean kirjoittaa oppaan Aurinkorannikolle matkustaville lapsiperheille. Tavoitteenani oli kirjoittaa opas, jossa kerron Aurinkorannikon tarjoamista aktiviteeteista lapsiperheille sivuten faktatietoja Aurinkorannikosta. Tutkin asiaa myös internetistä ja huomasin että lapsiperheille suunnattua Aurinkorannikon matkaopasta ei ole aiemmin tehty. Internetistä löytyi muutamia artikkeleita aiheeseen liittyen, esimerkiksi Ilta-Sanomien vuonna 2010 julkaissama artikkeli Lapsiperheiden Costa del Sol löytyy osoitteesta <http://www.iltasanomat.fi/matkat/art-1288355788727.html>.

Itselleni oli alusta asti selvää, että teen toiminnallisen opinnäytetyön. Alussa kuitenkin mietin erilaisia vaihtoehtoja oppaan kirjoittamiseen. Ajatuksenani oli kirjoittaa opas blogina, mutta ajatus tuntui vieraalta, joten luovuin siitä. Päätin, että opas julkaistaan internetissä opinnäytetyöni yhteydessä.

Aloitin opinnäytetyöni jo keväällä 2012 ollessani työharjoittelussa Aurinkorannikolla, Fuengirolassa. Ideoin ja suunnittelin tarkkaan, mitkä kohteet ja aktiviteetit valitsin oppaaseeni, kun

kohderyhmänä olivat lapsiperheet. Pyrin kirjoittamaan oppaan totuudenmukaisesti nojaten omiin kokemuksiini. En halunnut kirjoittaa asioista, joita itse en suosittelisi.

Kohderyhmän täsmällinen määrittäminen on tärkeää, koska esimerkiksi tuotteen tai ohjeistuksen sisällön ratkaisee se, mille ryhmälle idea on ajateltu (Vilkka & Airaksinen 2003, 40). Valitsin oppaaseen aktiviteetit oman työni kohderyhmän eli lapsiperheiden näkökulmasta. Mitä lapset haluavat täällä tehdä? Mitä vanhempien tulee ottaa huomioon kun matkustavat Aurinkorannikolle? Aktiviteetit tuli valita niin, että niistä pitävät sekä lapset että aikuiset. Opasta kirjoittaessa oli tärkeä huomioida, että lukija on aikuinen, joka matkustaa lasten kanssa. Sen lisäksi, että lukija löytää oppaasta ideoita lomalleen, pyrin siihen, että oppaasta löytyy tärkeimmät hintatiedot, sekä tiedon siitä, miten esittelemääni paikkaan lasten kanssa pääsee. Mielestäni tärkeitä tietoja ovat myös kohteen perustiedot, aukioloajat, hinnastot ja asiat, joita lasten kanssa matkustettaessa tulee ottaa huomioon.

Työharjoitteluni aikana pääsin itse tutustumaan alueeseen, paikkoihin ja aktiviteetteihin, joten lähtökohdat oppaan kirjoittamiselle olivat hyvät. Huomasin jo alussa, että oppaan kirjoittaminen on paljon helpompaa, kun on itse käynyt tutustumassa paikkoihin. Ennen työharjoitteluani olin matkustellut Aurinkorannikolla useita kertoja, joten työharjoitteluni vuoksi alueella vietetty aika ei ollut ensikosketukseni alueeseen. Opinnäytetyöni tekeminen viivästyi aikataulusta, ja ehdin matkustaa Aurinkorannikolle vielä toistamiseen, syksyllä 2013. Tällöin pääsin itse vielä käymään parissa paikassa, joiden mukaan ottamista oppaaseen olin suunnitellut. Muina tietolähteinä oppaan kirjoittamisessa käytin espanjan- ja englanninkielisiä internet-sivuja sekä matkatoimistosta keräämiäni esitteitä. Lisäksi käytin Aurinkorannikosta kirjoitettua tietokirjallisuutta.

6.2 Oppaan kirjoittamisprosessi

Toiminnallisen opinnäytetyön kirjoittaminen käsittää kaksi prosessia silloin, kun varsinainen produkti sisältää myös tekstiä. Ensin kirjoitetaan produktin teksti ja sen jälkeen raportti produktin suunnittelu- ja valmisteluprosessista. Opinnäytetyö, jonka toiminnallinen osuus sisältää tekstejä, tulee suunnitella kohderyhmää palveleviksi ja mukauttaa tekstin sisältöä, tavoitetta, vastaanottajaa, viestintätilannetta ja tekstilajia palveleviksi. Produktin tekstissä tulee käyttää kohderyhmää puhuttelevaa tyyliä ja huomioida kohderyhmän ikä, asema ja tietämys aiheesta. (Vilkka & Airaksinen 2003, 51, 129.)

Oman opinnäytetyöni tuote, eli opas sisältää paljon tekstiä. Lähdin kirjoittamaan opasta siitä lähtökohdasta, ettei lukija tiedä Aurinkorannikosta kovinkaan paljoa. Toisaalta mikäli oppaan lukija tietää Aurinkorannikosta perustiedot, mutta etsii tietoa siitä, mitä Aurinkorannikolla voi tehdä lasten kanssa, löytää hän oppaasta helposti Aurinkorannikon tarjoamat aktiviteetit lapsiperheille. Tällainen tilanne voisi olla esimerkiksi se, kun lapset matkustavat isovanhempiensa luokse Aurinkorannikolle.

Kun olin valinnut oppaaseen tulevat aktiviteetit, aloitin oppaan sisällön tarkemman suunnittelun ja jäsentelyn. Suunnittelin sisällysluettelon ja pohdin, missä järjestyksessä kirjoitan asioista. Päätin toteuttaa oppaan niin, että esittelen aluksi Aurinkorannikon lyhyesti, jonka jälkeen siirryn esittelemään aktiviteetteja kaupunkikohtaisesti. Jokaisesta kaupungista on myös alussa lyhyt esittely. Keskityin alussa vain kirjoittamiseen ja päätin, että kuvat ja oppaan ulkoasun valitsen ja muokkaan myöhemmin.

Opinnäytetyöni eteni niin, että kirjoitin vuorotellen teoriaa ja opasta. Koin tämän hyväksi tavaksi edetä työssäni, sillä sain teorian kirjoittamisesta tukea oppaan kirjoittamiseen. Teoriaosuudessa käsittelem muun muassa lapsiperhettä käsitteenä ja lapsiperheitä matkailijoina, sillä oppaan kohderyhmä on lapsiperheet.

6.3 Oppaan viimeistely- ja muokkausvaihe

Viimeistely- ja muokkausvaiheessa valitsin oppaaseen kuvat ja mietin oppaan ulkoasua. Halusin oppaan olevan selkeä ja helppolukuinen. Opinnäytetyöni teoriaosuudessa, kappaleessa 5.2.2 käsitellään oppaan ulkoasua ja visuaalista ilmettä. Käytin kirjoittamaani teoriaa hyväksi suunnitellessani oppaan ulkoasua. Kun olin aluksi etsinyt ja lukenut teoriaa oppaan visuaalisesta ilmeestä, oli tiedon tuominen oppaaseenkin helpompaa. Ilman teoriaan tutustumista olisin valinnut oppaan ulkoasun vain sillä perusteella, mikä omaan silmään näyttää hyvälle.

Myös oppaan sisältö muuttui jonkin verran kirjoittamisen edetessä. Aluksi suunnitelmaani ei kuulunut oppaassa olevaa ”hyvä tietää” osiota, mutta se tuli suunnitelmaani, kun totesin, että oppaan lukijan on helpompi löytää tällainen tieto oppaan lopusta, eikä erikseen lueteltuna jokaisen kohteen tai aktiviteetin kohdalta.

7 ARVIOINTI

Toiminnallista opinnäytetyötä arvioidessa on ensiksi arvioitava työn ideaa, johon voidaan lukea aihepiiri, idean tai ongelman kuvaus sekä asetetut tavoitteet (Vilkkä & Airaksinen 2003, 154). Ongelma oli, että lapsiperheille suunnattua matkaopasta Aurinkorannikolle ei aiemmin ole tehty ja internetistä löytyvät tiedot ovat suppeat. Tavoitteeni oli siis kirjoittaa opas, josta Aurinkorannikolle matkustava lapsiperhe löytäisi tarvitsemansa tiedot ja saisi vinkkejä siihen, mitä aktiviteetteja he voivat lomallaan tehdä. Aktiviteettien valinta ja kirjoittaminen oli mielestäni mielenkiintoista ja onnistuin siinä hyvin. Kirjoittaminen oli helppoa, koska olin käynyt useassa kohteessa itse.

Toinen keskeinen arvioinnin kohde on työn toteutustapa, johon kuuluvat keinot tavoitteiden saavuttamiseksi ja aineiston kerääminen. Oppaan kirjoittamisessa tämä tarkoittaa oppaan valmistamiseen liittyviä asioita, oli sitten kysymys manuaalisessa tai sähköisessä muodossa olevasta oppaasta. Oppaan arviointiin kuuluvat myös käytettyjen teknisten taitojen ja materiaalivalintojen arviointi. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 157–158.)

Omassa työssäni oli alusta asti selvää se, että opas tulee sähköisessä muodossa eli se julkaistaan internetissä. Perustelen tätä sillä, että Tilastokeskuksen teettämän tutkimuksen mukaan internetin käyttö yleistyy vuosi vuodelta, joten melko todennäköisesti Aurinkorannikosta tietoa etsivä löytää oppaan internetistä. Tutkimuksen mukaan 85 prosenttia 16–89-vuotiaasta väestöstä käytti internetiä vuonna 2013. Suomalaiset käyttävät nettiä asioiden hoitoon, tiedon hakuun ja viestintään. (Tilastokeskus 2013.) Alun perin tarkoitukseni oli laittaa opas internetin kohderyhmän tavoittaville keskustelupalstoille, jolloin olisin saanut oppaastani kommentteja ja kehitysideoita. Tässä kuitenkin esteeksi muodostui ajanpuute. Ainoaksi arviointikeinoksi jäi oma ja opinnäytetyön ohjaajan antama arviointi.

Aloitin tietojen keräämisen oppaaseen keväällä 2012. Oli mielenkiintoista vierailla kohteissa miettien asioita lapsiperheen näkökulmasta. Keväällä 2012 keräsin esitteitä ja otin valokuvia paikoista, joissa pääsin itse käymään. Käytin työssäni myös aiemmilta Aurinkorannikon reissuilta ottamiani valokuvia. Oppaan faktatiedot, esimerkiksi hintatiedot, perustuvat omiin kokemuksiini, mutta olen tutkinut asioita myös internet-sivuilta, sillä hinnoissa tapahtuu vuosittain jonkin verran muutoksia. Oppaassa olen käyttänyt itse ottamiani valokuvia, mutta joistain paikoista oli mahdoton päästä ottamaan kuvia. Tällainen paikka oli esimerkiksi vesipuis-

to, jonne kameran vieminen on aina riski. Näissä tapauksissa otin oppaaseen kuvia internetistä, sillä mielestäni kuvat ovat kuitenkin osa mielenkiintoista matkaopasta.

Kolmas tärkeä arviointiperuste on prosessin raportointi ja opinnäytetyön kieliasu. Onnistumista voi itse arvioida pohtimalla, onko työ johdonmukainen ja vakuuttava sekä onko työssä käytetty kriittistä ja pohtivaa otetta. (Vilkka & Airaksinen 2003, 159.)

Itselläni kirjoittaminen on aina sujunut ilman suurempia ongelmia, ja mielestäni työni kieliasu on selkeä. Opinnäytetyöni on johdonmukainen ja teoriaosuus tukee hyvin tuotetta. Vaikeinta oppaan kirjoittamisessa oli kirjoittaa värikkäästi ja mielenkiinnon herättävästi eikä käyttäjäjärkeä ja kuluneita ilmaisuja. Oppaassa on myös muutama suosittelemani kohde, joissa en ole itse käynyt, mutta ne ovat Aurinkorannikolla niin suosittuja turistien keskuudessa, että halusin ne mukaan oppaaseen. Näistä kirjoittaminen oli vaikeampaa, mutta käytin apunani harjoittelupaikastani, matkatoimistosta keräämiäni esitteitä sekä internet-sivuja.

Toinen haaste oppaan kirjoittamisessa oli sen ulkoasu. Koska itselläni ei ole aiempaa kokemusta graafisesta suunnittelusta ja siitä, minkälainen oppaan tulee ulkoasultaan olla, koin tämän melko vaikeaksi. Halusin kuitenkin painottaa, että opas on selkeä ja helposti luettavissa. Etenkin tässä vaiheessa opinnäytetyöni teoriaosuus ja tuote tukivat toisiaan, sillä teoriaosuus tuki minua oppaan visuaalista ilmettä suunnitellessani.

Opinnäytetyöllä on tarkoitus osoittaa kykyä käytännöllisen ammatillisen taidon ja teoreettisen tiedon yhdistämiseen siten, että tiedosta on jollekin hyötyä. Opinnäytetyö harjoittaa myös ajanhallintaa, kokonaisuuksien hallintaa ja yhteistyötä, ja siksi opinnäytetyöhön on hyvä sisällyttää myös oma arvio omasta ammatillisesta kasvusta. (Vilkka & Airaksinen 2003, 159–160.)

Mielestäni saavutin hyvin yleiset opinnäytetyön tavoitteet, vaikka tein opinnäytetyöni kokonaisuudessaan melko itsenäisesti johtuen siitä, ettei työlläni ollut toimeksiantajaa. Itsenäisestä työskentelystä johtuen minulle oli vaikeaa aikataulussa pysyminen ja kirjoittamisessa tulleen tauon jälkeen uudelleen aloittaminen. Kun kuitenkin pääsin uudelleen kirjoittamiseen kiinni, sujui se mielestäni hyvin.

Opinnäytetyöni on selkeä ja johdonmukainen kokonaisuus, jonka teoria tukee tuotetta eli opasta. Uskon, että oppaasta on hyötyä tietoa internetistä etsiville lasten kanssa matkaileville. Opinnäytetyöni teoriaosuuteen tuli asioita, jotka olivat minulle jo ennestään tuttuja opiskelun

ajoilta. Näitä olivat esimerkiksi matkailun työntö- ja vetovoimatekijät sekä matkailijatyypit. Pyrin löytämään näihin aiheisiin minulle uutta tietoa, jotta pystyin syventämään omaa osaamistani.

Suuri osa työtäni oli lapsiperheiden matkailutottumukset ja lasten kanssa matkailu, joista minulla ei ollut aiempaa kokemusta tai tietoa, koska itselläni ei ole lapsia enkä ollut aiemmin aiheeseen perehtynyt. Opin uusia asioita todella paljon, mutta ennen kaikkea opin ajattelemaan asioita eri näkökulmista. Koko opinnäytetyöni prosessin ajan minulla oli tavoitteena ajatella asiat lapsiperheiden näkökulmasta, ja mielestäni onnistuin tässä hyvin.

LÄHTEET

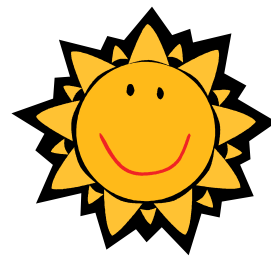
- Aho, S. 1994. Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina. Oulu: Monistus- ja kuvakeskus.
- Albanese, P. & Boedeker, M. Matkailumarkkinointi. 2002. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Fernández, I. & Lahti, I-P. 2012. Lapsiperheen matkakäsikirja. Helsinki: Johnny Kniga Publishing.
- Helminen, J. & Korppi-Tommola, A & J. 1994. Espanja, diktatuurista demokratiaan. Helsinki: Painatuskeskus Oy.
- Itkonen, M. 2007. Typografian käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Jakobson, R. & Kaskimies, H. 2005. Espanja. Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Jääskeläinen, P. 2002. Tehoa tekstiin – kirjoittajan opas. Saarijärvi: Offset Oy.
- Karusaari, R. & Nylynd, A. 2009. Matkailu on cool. Helsinki: WSOY.
- Kostiainen, A & Korpela, K. 1995. Mikä maa – mikä valuutta? Matkakirja turismin historiaan. Turku: Turun yliopiston historian laitos.
- Korpela, P. 2008. Espanjan Aurinkorannikon patikkareitit. Slovenia: Korotan.
- Kortesuo, K. 2009. Tekstiä ruudulla. Kirjoitamme verkkoon. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Kurki, L. 2008. Innostava matkailu. Sosiokulttuurinen innostaminen ja vapaa-aika. Juvenes Print: Tampereen Yliopistopaino Oy.
- Luukkonen, M. 2004. Tekstiä tekemään! Kirjoittajan opas. Juva: WSOY.
- Niinikangas, K. & Ropponen, V. 2013. Savukeitaan matkaoppaat. Lasten kanssa matkalla. Tallinna: AS Pakett.
- Puustinen, A. & Rouhiainen, U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita Prima Oy.

- Pyhälä, M. 2005. The Matka, omin päin kaukomaille. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Ryynänen, A. & Konu, M. 2011. Costa del Solin helmet. Matkaopas Espanjan Aurinkorannikolle. Helsinki: Gummerus kustannus Oy.
- Suomi-sanakirja, 2013. <http://www.suomisanakirja.fi/attraktio>. Luettu 1.3.2014.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. 1999. Consumer behaviour in tourism.
- Tilastokeskus. 2013. Saatavilla: https://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013-11-07_tie_001_fi.html. (Luettu 2.3.2014)
- Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Visit Costa del Sol. Saatavilla: <http://www.visitcostadelsol.com/>. (Luettu 24.4.2014)
- Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma. Kansainvälisen matkailun maantiede. Porvoo: WSOY.
- Vuoristo, K-V. 1998. Matkailun muodot. WSOY.

LIITTEET

OPAS AURINKORANNIKOLLE MATKUSTAVILLE LAPSIPERHEILLE

Costa del Sol



Opas Aurinkorannikolle matkustaville lapsiperheille



Niina Karjalainen

Kajaanin Ammattikorkeakoulu

SISÄLLYS

1 AURINKORANNIKON ESITTELY	1
2 MÁLAGA	1
2.1 Turistibussi – helppo tapa tutustua kaupunkiin	1
2.2 Calle Marqués de Larios	2
2.3 Catedral de Málaga	2
2.4 Plaza Mayor – ostoskeskus	3
3 TORREMOLINOS	4
3.1 Krokotiilipuisto	4
3.2 Vesipuisto Aqualand	5
4 BENALMÁDENA	7
4.1 Tivoli World	7
4.2 Köysirata	9
4.3 Sea Life ja huvipursisatama	9
5 FUENGIROLA	11
5.1 Eläintarha Bioparc	11
5.2 Castillo Sohail	12
6 MIJAS	13
6.1 Mijaksen kylä	13
6.2 Vesipuisto Parque Acuático Mijas	14
7 HYVÄ TIETÄÄ	15
7.1 Matkustaminen ja liikkuminen kohteessa	15
7.1.1 Renfe	15
7.1.2 Taksi	15
7.1.3 Bussi	16
7.2 Ilmasto	16
7.3 Terveys	16
7.4 Turvallisuus	17

7.5 Ruoka	17
7.6 Aukioloajat ja siesta	18
7.7 Valuutta ja maksaminen	18
7.8 Päiväretket	18
7.9 Hyödyllistä sanastoa matkailijalle	19
LÄHTEET	21

1 AURINKORANNIKON ESITTELY

Costa del Sol eli suomalaisittain Aurinkorannikko sijaitsee Etelä-Espanjassa, Andalusiassa. Costa del Sol on ollut jo pitkään suomalaisten suosima lomakohde. Leudon ilmaston, espanjalaisen elämäntyylin, hyvien kulkuyhteyksien, uimarantojen ja rikkaan gastronomian lisäksi harrastusmahdollisuudet ovat rannikolla loistavat, eikä erilaisista aktiviteeteista ole pulaa. Lapsiperheille löytyy siis varmasti jokaiselle mieleistä tekemistä.

Costa del Solille pääsee sekä pakettimatalla tai omatoimisesti matkustaen. Hotellivalikoima on runsas ja suorilla lennoilla Málagaan lentävät Finnair, Norwegian sekä Ryanair (Tampereelta ja Turusta). Meno-paluu lipusta saa pulittaa vähintään 200 euroa, mutta hinnat vaihtelevat ajankohdasta riippuen huomattavasti.

Tämä opas käsittelee Costa del Solin alueesta tarkemmin Málagaa, Torremolinosta, Benalmádenaa, Fuengirolaa ja Mijasta, jotka ovat kartassa alleviivattuina punaisella. Oppaan sisältö painottuu aktiviteetteihin ja paikkoihin, joihin voi lasten kanssa lomallaan suunnata. Tämän lisäksi oppaassa on Hyvä Tietää – osio, joka sisältää hyödyllistä tietoa Aurinkorannikosta etenkin lasten kanssa matkustettaessa.

Oppaassa esiintyvät kuvat ovat itse ottamiani, ellei toisin mainita.



Lähde: kuva 1

2 MÁLAGA

Málagan maakunnan pääkaupunki Málaga on vilkas, n. 600 000 asukkaan kaupunki. Málagaan on helppo lähteä esimerkiksi päivän kestävälle retkelle, mikäli kaipaa lomallaan rantojen lisäksi kulttuuria ja suurkaupungin omaista ihmisvilinää ja historiaa. Málagaan kannattaa lähteä, jos mukana on jo vähän vanhempia lapsia. Lähikaupungeista Málagaan pääsee kätevimmin paikallisjunalla, Renfellä, joka liikennöi puolen tunnin välein välillä Málaga-Fuengirola. Lisää paikallisjunasta voit lukea Hyvä tietää – osiosta kohdasta Renfe.

Tiesitkö että..?

Kuuluisa taidemaalari Pablo Picasso on syntynyt Málagaassa vuonna 1881. Hänen syntymäkotinsa on entisöity, ja se on yksi kaupungin vierailluimmista kohteista. Syntymäkohtiin pääsee tutustumaan esimerkiksi hyppäämällä turistibussin kyydistä kohdassa 11.

2.1 Turistibussi – helppo tapa tutustua kaupunkiin

Kaupunki tarjoaa runsaasti nähtävää, mutta kaupungin melko suuren koon vuoksi lasten kanssa kaupunkiin tutustuminen voi olla raskasta etenkin kuumalla säällä. Lapsiperheille helppo ja mieluinen tapa tutustua kaupunkiin on turistibussi, joka kiertää kaupungin tärkeimmät nähtävyydet.



Lähde: kuva 2

Bussissa on kuulokkeet, joilla voi kuunnella opastusta haluamallaan kielellä. Turistibussin ideana on, että lippu on voimassa 24 tuntia, ja samalla lipulla voi jäädä ja hypätä turistibussin kyytiin niin monesti kuin haluaa. Vaihtoehtoisesti voit myös istua kyydissä koko matkan ajan, ihailla maisemia ja nauttia kaupungin tunnelmasta. Lippuja bussin kyytiin voi ostaa ainakin Málagan matkailuinfosta (Oficina de Turismo, Plaza La Marina, Avenida Cervantes 1). Lipun hinta aikuiselta on 17 euroa ja 5–15-vuotiaalta lapselta 8,5

euroa. Alle 5-vuotiaat pääsevät kyytiin ilmaiseksi. Kartta turistibussin reitistä löytyy osoitteesta <http://www.malaga-tour.com/img/mapamalaga.pdf>.

2.2 Calle Marqués de Larios

Kävelykatu Calle Larios on Málagan vilkkain ostoskatu. Mikäli ostosten teko ei kiinnosta, voi kadulla kävellessään nauttia tunnelmasta ja ihailla rakennuksia tai vaikkapa pysähtyä kahville ja jäätelölle johonkin mukavaan kahvilaan. Kadulla voi törmätä usein myös erilaisiin katu-taiteilijoihin, jotka kiinnostavat varmasti etenkin lapsia.



2.3 Catedral de Málaga

Näkemisen arvoinen Malágan katedraali sijaitsee aivan kaupungin sydämessä. Katedraalin rakentaminen aloitettiin vuonna 1528 ja päätettiin vuonna 1782. Katedraaliin suunniteltiin alun perin kahta tornia, mutta vielä tänäkin päivänä niitä on vain yksi. Kooltaan katedraali on valtava, 99 metriä pitkä ja 52 metriä sekä leveä että korkea. Katedraaliin pääsee maksutta sisään jumalanpalvelusten aikaan.



2.4 Plaza Mayor – ostoskeskus

Mikäli haluaa lomallaan tehdä ostoksia vaivattomasti myös lasten kanssa, kannattaa suunnata Plaza Mayor ostoskeskukseen, jonne on Málagasta noin 10 minuutin matka. Kätevimmin sinne pääsee paikallisjunalla, ja matka esimerkiksi Fuengirolasta kestää noin puoli tuntia. Metropysäkki nimeltään Plaza Mayor sijaitsee aivan ostoskeskuksen vieressä. Plaza Mayor on ulkoilmaostoskeskus, ja lasten kanssa kulkeminen siellä on helppoa, sillä kaikki sijaitsee yhdessä tasossa. Ostoskeskuksessa on useita ravintoloita, elokuvateatteri ja kymmenittäin kauppoja, kuten Zara, H&M, Nike Factory Store, Blanco jne.



Ostoskeskus on auki vuoden jokaisena päivänä lukuun ottamatta juhlapäiviä. Kaupat ovat avoinna 10–22 ja ravintolat pääsääntöisesti 12–24. Kahvilat avaavat ovensa klo 10.



3 TORREMOLINOS

Torremolinos sijaitsee 18 kilometriä Málagasta länteen. Asukkaita kaupungissa on noin 69 000, mutta sesonkiaikoina väkiluku moninkertaistuu. Costa del Solin turismi on saanut alkunsa juuri Torremolinoksesta. Kaupungista löytyy hienojen hiekkarantojen lisäksi kahviloita, ravintoloita ja kauppoja. Suosituin ostoskatu on nimeltään Calle San Miguel. Nähtävyyksiä kaupungissa ei juuri ole, mutta lapsiperheille Torremolinos tarjoaa kaksi varsin mielenkiintoista ja käymisen arvoista kohdetta: Vesipuisto Aqualandin ja Krokotiilipuiston.

3.1 Krokotiilipuisto

Krokotiilipuisto sijaitsee 15 minuutin päässä Torremolinoksen keskustasta ja juna-asemalta. Keskustasta helpoiten puistoon pääsee taksilla, tai vaihtoehtoisesti esimerkiksi vuokra-autolla. Krokotiilipuisto on auki vuoden jokaisena päivänä: marraskuusta helmikuuhun klo 10–17, maaliskuusta toukokuuhun ja lokakuussa klo 10–18, kesäkuusta elokuuhun klo 10–19. Pääsylippu aikuiselta maksaa 14 euroa, lapselta 11,50 euroa ja yli 65-vuotiaalta 12 euroa. Alle 4-vuotiaat pääsevät puistoon ilmaiseksi.



Lähde: kuvat 3 & 4



Krokotiilipuistossa on yli 300 krokotiilia, joiden joukossa on Euroopan suurin krokotiili nimeltään Paco. Puiston kiertämiseen kokonaisuudessaan kannattaa varata aikaa ainakin kaksi tuntia. Puistossa on myös mahdollisuus opastettuihin kierroksiin, jossa pääsee tutustumaan krokotiilien elämään tarkemmin. Tosin lasten kannalta kielimuuri voi tulla tässä tilanteessa vastaan. Kesäkuukausina (heinäkuu-syyskuu) puistossa on mahdollisuus päästä seuraamaan krokotiilien syöttämistä. Muistoksi krokotiilipuistosta voi ottaa kuvan itsestään pieni krokotiilivauva sylissä.



Lähde: kuva 5

3.2 Vesipuisto Aqualand

Torremolinoksen vesipuisto sijaitsee aivan krokotiilipuiston vieressä. Koska puisto on Costa del Solin suurin vesipuisto, kannattaa puistossa vierailuun varata koko päivä aikaa. Vesipuistosta löytyy mm. liukumäkiä, erilaisia altaita, putouksia ja minigolf-rata. Perheen pienimmille on oma kidzworld, jossa liukumäet ovat



Lähde: kuva 6

loivempia ja altaat matalampia. Kartta vesipuistosta löytyy osoitteesta <http://www.aqualand.es/torremolinos/>. Puistosta on mahdollisuus ostaa myös ruokaa sekä erilaisia virvokkeita ja jäätelöä.

Vesipuisto on avoinna toukokuun loppupuolelta syyskuun puoleen väliin, eli silloin kuin ilmat sallivat vesipuistossa uiskentelun. Lipun hinta on aikuiselta 24,50 euroa ja 3–12-vuotiaalta sekä yli 65-vuotiaalta 18 euroa.



Lähde: kuvat 7 & 8

4 BENALMÁDENA

Benalmádena sijaitsee Torremolinoksen ja Fuengirolan välissä. Kaupungissa on asukkaita noin 52 000. Mahtavan hiekkarannan lisäksi kaupungissa voi huvitella huvipuistossa, katsella kaloja akvaariossa, ihailla maisemia vuorelle menevässä vaijerihississä ja hienoja veneitä huvivenesatamassa.

4.1 Tivoli World

Benalmádenan huvipuisto tarjoaa varmasti hauskan päivän koko perheelle. Huvipuisto sijaitsee Arroyo de la Mielissä, ja se on toiminut jo alueella jo vuodesta 1972. Laitteissa kieppumisen lomassa huvipuistossa voi nauttia tanssi- ja teatteriesityksistä.



Lähde: kuva 9

Tivoliin pääsee helpoiten metrolla, kun jää pois pysäkillä Arroyo de la Miel. Alueella on myös suuri parkkipaikka niille, jotka tulevat paikalle vuokraamallaan autolla.

Pääsylippu huvipuistoon maksaa 7,95 euroa, mutta alle metrin mittaiset lapset pääsevät huvipuistoon ilmaiseksi. Yli 60-vuotiaille pääsylipun hinta on 4,95 euroa. Kertalippu laitteeseen maksaa kaksi euroa, ja ranneke, jolla pääsee lähes kaikkiin laitteisiin maksaa 14,95 euroa.



Lähde: kuva 10

Kartta huvipuiston laitteista löytyy internetistä osoitteesta <http://www.tivoli.es/english/plano.pdf>. Huvipuisto on auki maaliskuusta lokakuuhun, mutta aukioloajat vaihtelevat ajankohdasta riippuen. Oheisessa kuvassa näkyvät vuoden 2014 aukioloajat. Taulukossa marzo=maaliskuu, abril=huhtikuu, mayo=toukokuu, junio=kesäkuu, julio=heinäkuu, agosto=elokuu, septiembre=syyskuu, octubre=lokakuu.

Opening Times 2014

HORARIO de APERTURA / TIME SCHEDULE

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
MARZO																																
ABRIL																																
MAYO																																
JUNIO																																
JULIO																																
AGOSTO																																
SEPT.																																
OCT.																																

12:00 a 19:00

12:00 a 21:00

16:00 a 00:00

17:00 a 01:00

18:00 a 02:00

Opening times 2014

Lähde: kuva 11

4.2 Köysirata

Mikäli ei pelkää korkeita paikkoja, kannattaa suunnata koko perheen voimin köysirata-ajelulle. Köysiradalla kulkevilla hisseillä noustaan Calamorro-vuorelle, joka on yksi Aurinkorannikon korkeimmista paikoista. Korkeimmillaan hissi nousee 800 metriä merenpinnan yläpuolelle, joten näköalat ovat päätä huimaavat. Matkalla pääsee näkemään koko Aurinkorannikon, Sierra Nevadan ja selkeinä päivinä on mahdollisuus nähdä jopa Afrikan puolelle, Gibraltarille.

Yhdessä köysihissikopissa on tilaa neljälle henkilölle. Edestakainen lippu maksaa aikuiselta 13 euroa, lapselta (3–9 -vuotiaalta) ja eläkeläiseltä 9,80 euroa. Köysirata-ajelu on noin kolme kilometriä pitkä ja kestää 15 minuuttia.



Lähde: kuva 12

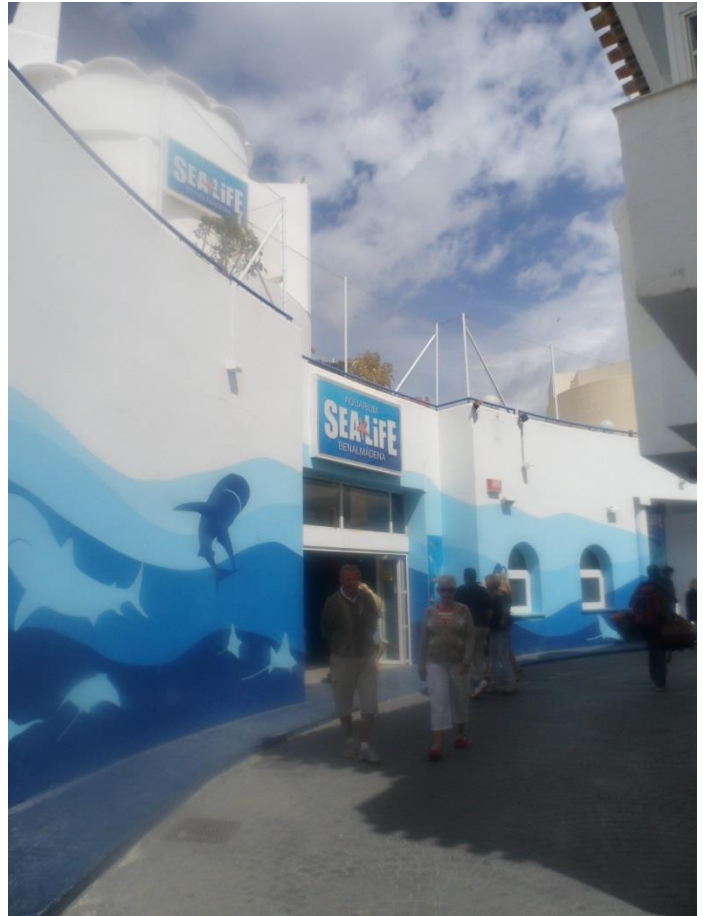
4.3 Sea Life ja huvipursisatama

Benalmádenan huvipursisatama eli Puerto Marina on yksi turistien suosimista paikoista. Satamassa on hienojen veneiden lisäksi pieniä kauppoja ja ravintoloita. Venepaikkoja satamassa on noin tuhat, joten ihailtavaa riittää. Satamasta lähtee myös erilaisia vene- ja kalastusretkiä sekä delfiinisafareita.



Satamassa sijaitsee myös Sea Life Benalmádena, mikä varmasti kiinnostaa lapsia. Akvaarioissa on nähtävillä Välimeren ja valtameren kaloja ja muita otuksia, esimerkiksi haita ja mustekaloja. Valtavien akvaarioiden lisäksi sisältä löytyy tunneli, jossa käveleminen on hurjaa, koska kalat uivat suoraan yläpuolella. Kalojen katselun lisäksi akvaariossa on mahdollisuus päästä seuraamaan kalojen, kuten haiden ruokkimista.

Akvaario on auki päivittäin klo 10.00–18.00. Aikuisen lippu ovelta ostettuna maksaa 15,50 euroa ja lasten (3–9-vuotiaiden) ja yli 65-vuotiaiden lippu 12,50 euroa. Akvaariosta löytyy myös kahvila ja myymälä, josta voi ostaa muitoksiksi esimerkiksi pehmolelun.



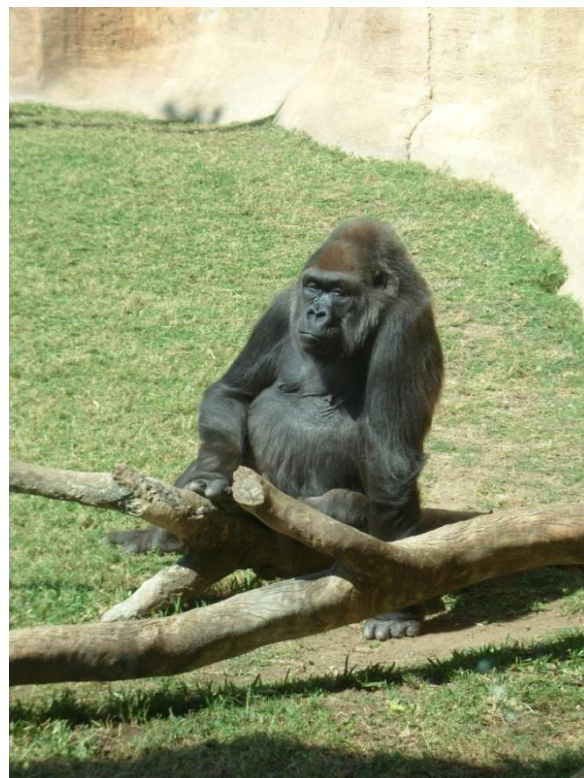
5 FUENGIROLA

Fuengirola sijaitsee Mijaksen ja Benalmádenan välissä, ja asukkaita siellä on noin 65 000. Fuengirolassa asuu paljon suomalaisia, ja useat eri palvelut on saatavilla suomen kielellä. Kaupungissa riittää nähtävää ja koettavaa, ja sen seitsemän kilometriä pitkä hiekkaranta houkuttelee uimaan ja auringonottoon.

5.1 Eläintarha Bioparc

Fuengirolan keskustassa sijaitseva eläintarha Bioparc on varmasti niin lasten kuin aikuistenkin mieleen. Pienestä koostaan huolimatta eläintarha on valittu yhdeksi Euroopan moderneimmista eläintarhoista. Eläintarhassa pääsee seuraamaan monien eri eläimien elämää todella läheltä. Eläintarhassa asustaa muun muassa apinoita, krokotiilejä ja mangusteja.

Eläintarhaan kannattaa suunnata joko aamulla tai illalla, jolloin eläimet ovat aktiivisimmillaan. Eläintarhaan on vain viiden minuutin kävelymatka Fuengirolan busiasemalta. Eläintarha avaa ovensa aamulla klo 10 ja on auki iltamyöhään saakka, sulkemisaika vaihtelee klo 18.00–24.00 välillä. Tarkemman aikataulun voi varmistaa eläintarhan internet-sivulta, osoitteesta <http://www.bioparcfuengirola.es/>. Aikuisen lippu maksaa 17,90 € ja lapsen (3–9-vuotiaan) ja yli 65-vuotiaan 12,50 €. Alle 3-vuotias pääsee sisään veloituksetta.



5.2 Castillo Sohail

Fuengirolan kaupungin symbolina voidaan pitää Castillo Sohailia eli Sohailin linnaa. Sohailin linna sijaitsee rantakatu Paseo Marítimo el Rey de Españan varrella joen länsipuolella. Linna on tuhottu ja rakennettu uudelleen useaan kertaan, ja sitä on restauroitu turismin ja kulttuurinsäilyttämisen nimissä. Nykypäivänä linnassa pidetään muun muassa erilaisia tapahtumia, kuten näytelmiä ja olut- ja tapasfestivaaleja. Lapsille linnassa käynti on varmasti mieluisa kokemus, ja näköalat linnalta Välimerelle ovat upeat.



Linnan vieressä kulkevalla joella on myös mahdollisuus puuhata kaikenlaista, kuten ajella koko perheen voimin vedessä kulkevilla polkuveneillä. Joen viereltä löytyy myös polkupyörien vuokrauspiste (alquiler de bicicletas), joten mikäli intoa löytyy, niin kaupunkiin voi tutustua helposti myös pyöräillen. Polkupyörien vuokraushinnat vaihtelevat, mutta keskimääräin tunnin pyörävuokrauksesta saa pulittaa kolme euroa ja kolmen tunnin pyörävuokraus maksaa viisi euroa.

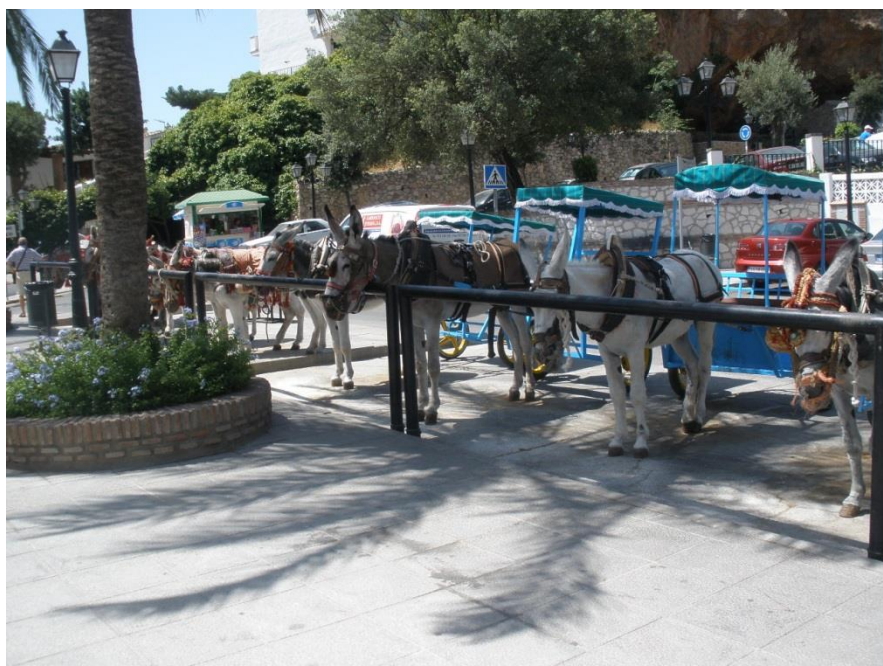
6 MIJAS

Mijas sijaitsee 400 metriä merenpinnan yläpuolella ja se tunnetaan yhtenä Andalusian valkoisista kylistä. Mijasissa asuu noin 64 000 asukasta, ja turistien keskuudessa se on yksi suosituimmista päiväretki-kohteista.



6.1 Mijaksen kylä

Mijaksen kylä on vierailemisen arvoinen paikka valkoisten rakennusten ja upeiden näköalojen vuoksi. Helpoiten Mijakseen pääsee linja-autolla esimerkiksi Fuengirolasta tai Benalmádenasta. Kylän symbolina voidaan pitää aasitakseja, joilla pääsee helposti tutustumaan kylän tarjontaan. Mijaksen keskusaukiolla on tarjolla joka keskiviikko klo 12.00 flamencoesitys, josta pääsee nauttimaan veloituksetta. Näköalaa pääsee ihailemaan parhaiten aasitaksien vieressä olevalta näköalatasanteelta.



6.2 Vesipuisto Parque Acuático Mijas

Aurinkorannikon toinen vesipuisto sijaitsee Mijaksessa, Fuengirolan kupeessa N340-valtatien varrella. Helpoiten puistoon pääsee bussilla tai taksilla Fuengirolan keskustasta. Vesipuistossa vierähtää helposti kokonainen päivä, ja puisto tarjoaa kaikenikäisille jotain, sillä esimerkiksi liukumäkiä löytyy loivasta mäestä todella jyrkkään kamikazelaskuun.

Vesipuisto avaa ovensa yleensä huhtikuun loppupuolella ja on auki lokakuun alkuun saakka. Vesipuisto on avoinna ajankohdasta riippuen alkaen klo 10.00 tai 10.30 aina iltaan klo 18.00–19.00 saakka. Aikuisen lippu maksaa 23 euroa, 8–12-vuotiaan lapsen lippu 17 euroa,



Lähde: kuva 13

3–7-vuotiaan lapsen lippu 12 euroa ja yli 65–vuotiaan lippu 15 euroa. Perhelippu (kaksi aikuista + kaksi 3–7-vuotiasta lasta) maksaa 58 euroa. Mikäli puistoon menee vasta iltpäivällä klo 14.30 jälkeen, saa pääsylipusta alennusta 30 %.



Lähde: kuva 14

7 HYVÄ TIETÄÄ

Ohessa on muutamia käytännön vinkkejä Aurinkorannikolla matkailuun, joiden avulla lomasta tulee vieläkin onnistuneempi.

7.1 Matkustaminen ja liikkuminen kohteessa

Málagan lentokenttä sijaitsee kahdeksan kilometrin päässä Málagan keskustasta. Lentokentältä pääsee lomapaikkaan helpoiten joko taksilla tai paikallisjunalla eli renfellä. Pysäkin löytää seuraamalla cercanías-kylttejä.

7.1.1 Renfe

Paikallisjuna kulkee Málagan ja Fuengirolan välillä, ja sillä kulkeminen on todella kätevää. Junaan pääsee helposti myös rattaiden kanssa. Jos tietää, että matkustaa junalla edestakaisen matkan, tulee meno-paluu lipun ostaminen halvemmaksi kuin yksittäisen lipun ostaminen. Junassa on nähtävillä kartta, josta näkyy reitti ja seuraava pysäkki. Seuraavasta pysähdyspaikasta myös kuulutetaan, espanjaksi próxima parada ja englanniksi next stop.

7.1.2 Taksi

Taksin saa helpoiten kun menee taksitolpalle, joita on turisteja vilisevillä alueilla useita. Kadulta taksin saaminen voi olla vaikeaa. Osassa takseista on mittarit (ainakin Málagassa), mutta muualla taksit veloittavat listahinnan mukaan. Kannattaa kysäistä hinta taksiin noustessa, niin säästyy ikäviltä yllätyksiltä.

7.1.3 Bussi

Bussilla matkustaminen on helppoa, mutta kannattaa muistaa että Espanjassa bussien aikataulut ovat liikkuvia ja bussit voivat olla jonkin verran myöhässä. Bussilla matkustaminen on edullista, mutta ruuhka-aikana bussit ovat yleensä tupaten täynnä. Jos on liikkeellä suuremmalla porukalla ja mukana ovat esimerkiksi lastenrattaat, kannattaa harkita paikallisjunaa tai taksia.

7.2 Ilmasto

Paras aika matkustaa Aurinkorannikolle on toukokuusta lokakuuhun. Kesäkuukausina lämpötilat nousevat kuitenkin reilusti yli 30 asteen, joten etenkin pienille lapsille kuumuus voi olla liikaa. Kesällä lämpötila pysyy helteen puolella myös öisin, mutta loppukeväästä ja syksyllä iltaisin on viileämpää.

Auringolta suojautuminen on tärkeää etenkin lapsilla. Auringolta tulee suojautua niin varjossa kuin auringossa käyttämällä aurinkovoiteita ja huolehtimalla riittävästä nesteytyksestä. Auringonpistoksen välttämiseksi kannattaa käyttää myös hattua tai huivia ja aurinkolaseja. Rannalla ollessa iho kannattaa aurinkorasvan lisäksi suojata vaatteilla, eikä rannalle kannata lähteä päivällä kun aurinko porottaa kuumimmillaan. Lapsille on olemassa UV-suojattuja vaatteita, ja ne ovatkin oiva tapa estää ihon palaminen. Aurinkorasvalla suojatessa suojakertoimen on hyvä olla 50.

7.3 Terveys

Apteekit (espanjaksi farmacia) ovat auki aamupäivällä ja illalla, eli siestan ajan klo 14–17 suurin osa apteekeista on kiinni. Päivystävät apteekit on kerrottu apteekin ovesta, ja Aurinkorannikolta löytyy myös ympäri vuorokauden auki olevia apteekkeja.

Matkailijalle suositellaan juotavaksi pullovettä, jotta välttyy mahdolliselta turistiripulilta. Hanavesi on periaatteessa juomakelpoista, mutta sen laatu ja maku vaihtelevat.

7.4 Turvallisuus

Aurinkorannikko on turvallinen matkakohde, mutta tietenkin kannattaa noudattaa yleistä varovaisuutta. Kadulla, ja etenkin väenpaljoudessa kulkiessa kannattaa pitää käsilaukustaan ja lompakostaan erityisen hyvin kiinni. Taskuihin ei kannata laittaa mitään, minkä taskuvaras saa helposti ja huomaamattasi mukaan. Aurinkorannikolla kannattaa varoa myös erilaisia kaupustelijoita, jotka myyvät erittäin halvalla esimerkiksi ruusuja. He toimivat niin, että kun kaivat lompakostasi pientä rahaa, nappaavat he huomaamattasi lompakostasi tai laukustasi kaiken mitä irti saavat.

7.5 Ruoka

Ruoka on Espanjassa melko kevyttä ja terveellistä. Suurin osa ruuista on miedosti maustettuja, joten ne sopivat suomalaiseseenkin makuun. Matkallaan ei voi olla löytämättä lautaseltaan oliiveja, oliiviöljyä, valkosipulia tai vaaleaa leipää. Aurinkorannikolla on tarjolla runsaasti mereneläviä, kuten kalaa, simpukoita ja äyriäisiä. Ravintoloissa on saatavilla myös perinteistä ruokaa, kuten kanaa ja liharuokia. Yksi espanjalaisen ruokakulttuurin suosituin ruoka on paella. Paella valmistetaan laakealla pannulla ja kuumennetaan avotulella. Paellassa käytetään riisin ja tomaatin lisäksi esimerkiksi kasviksia, kanaa, kalaa tai äyriäisiä. Paella maustetaan usein sitruunalla, sillä se tekee riisistä kauniin keltaista. Paella sopii mainiosti ruuaksi myös lapsille, etenkin jos valitsee raaka-aineiksi tuttuja makuja.

Lounasravintoloissa ruokailu on edullista, sillä lounaan hinta on keskimäärin 7,5 euroa. Päivän lounas eli menú del día sisältää alku-, pää-, ja jälkiruuan, leivän ja juoman (vesi, virvoitusjuoma, olut tai viini). Kustakin ruokalajista löytyy yleensä 3-5 vaihtoehtoa, joten mieluisaa syömistä jokaiselle löytyy varmasti.

7.6 Aukioloajat ja siesta

Espanjassa vietetään siestaa klo 14–17. Siestan aikana useat liikkeet ja ravintolatkin ovat kiinni, ja aukeavat uudestaan siestan jälkeen klo 17. Suuret ruokakaupat, liikkeet ja ostoskeskukset ovat kuitenkin auki myös siestan aikaan.

7.7 Valuutta ja maksaminen

Espanjan virallinen valuutta on euro. Lähes kaikista pankkiautomaateista voi nostaa rahaa kansainvälisillä pankki- ja luottokorteilla sekä Visa Electronilla. Pankki ottaa nostosta kuitenkin aina välityspalkkion, jonka suuruus vaihtelee pankeittain. Yleisimmät pankkikortit käyvät maksuvälineenä myös kaupoissa ja ravintoloissa, mutta kortilla maksettaessa on aina todistettava henkilöllisyys kuvallisella henkilöllisyystodistuksella.

7.8 Päiväretket

Lapsen iästä ja matkan kestosta riippuen päiväretket ovat hyvä vaihtoehto saada lomalle mielenkiintoista tekemistä ja nähtävää. Suosituimpia päiväretkikohteita ovat Gibraltar, Sevilla, Granada ja Ronda.

Pakettimatkan ostaneille matkanjärjestäjä tarjoaa varmasti erilaisia päiväretkiä, mutta alueelta löytyy myös paikallisia matkanjärjestäjiä, joiden päiväretkihinnat ovat hieman edullisemmat. Fuengirolasta löytyy myös suomalainen matkatoimisto Viajes Meriatur, joka myös myy päiväretkiä lähiympäristöön. Matkatoimiston päiväretkitarjontaan voi tutustua osoitteessa www.meriatur.com.

7.9 Hyödyllistä sanastoa matkailijalle

Aurinkorannikolla englannin kielen taito on vaihtelevaa, joten muutaman hyödyllisen sanan ja sanonnan osaaminen espanjaksi ei varmasti ole pahitteeksi. Espanjan kielen lausuminen on helppoa, sillä muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta se lausutaan niin kuin kirjoitetaankin.

Pikasanastoa

kyllä	sí
ei	no
kiitos	gracias
eipä kestä	de nada
olkaa hyvä	por favor
anteeksi	perdón
hei!	¡hola!
hyvää huomenta/päivää!	¡buenos días!
en puhu espanjaa	no hablo español
en ymmärrä	no entiendo
miten voitte?	¿cómo está usted?
kiitos hyvin	bién, gracias
missä on wc?	¿dónde están los servicios?

Ravintolassa

ateria, ruoka	comida
aamiainen	desayuno
alkuruoka	entremeses, primer plato
pääruoka	segundo plato
jälkiruoka	postre
päivän menu	menú del día
vesi	agua
olut	cerveza
puna/valkoviini	vino tinto/blanco
musta kahvi	café solo
maitokahvi	café con leche
hyvää ruokahalua!	¡buen provecho!
saisinko laskun, kiitos.	La cuenta, por favor.

Matkustaminen

lentokenttä	aeropuerto
saapuminen	llegada
lähtö	salida
matkatavara	equipaje
matkalaukku	maleta
pysäkki	parada
bussipysäkki	parada de autobus
meno	ida
paluu	vuelta
menopaluu	ida y vuelta

Ostoksilla

paljonko se maksaa?	¿cuánto es?
voitteko auttaa minua?	¿puede ayudarme?
auki	abierto
suljettu	cerrado
missä on sovituskoppi?	¿dónde está el probador?
katselen vain ympärilleni	estoy sólo mirando
saisinko kuitin?	¿puede darme un recibo?
saisinko muovipussin?	¿me puede dar una bolsa de plástico?
kiitos, ei muuta	no gracias. Eso es todo.
halpa	barato
kallis	caro

LÄHTEET

Aqualand Torremolinos. Saatavilla: <http://www.aqualand.es/torremolinos/>. (Luettu 31.3.2014)

Aurinkorannikko.fi. Tietoa ja palvelua Aurinkorannikosta. Saatavilla: <http://www.aurinkorannikko.fi/>. (Luettu 24.4.2014)

Bioparc Fuengirola. Saatavilla: <http://www.bioparcfuengirola.es/>. (Luettu 21.4.2014)

Helminen, J. & Korppi-Tommola, A & J. 1994. Espanja, diktatuurista demokratiaan. Helsinki: Painatuskeskus Oy.

Kuva 1. Tourist destinations, Costa del Sol. Saatavilla: <http://www.tourist-destinations.com/2011/08/costa-del-sol-spain.html>. (Luettu 27.3.2014)

Kuva 2. City sightseeing. Saatavilla: <http://www.city-sightseeing.com/tours/spain/malaga.htm#tourlandingposition>. (Luettu 27.3.2014)

Kuvat 3, 4, 5. Cocodrilos Park. Saatavilla: <http://www.cocodrilospark.com/>. (Luettu 27.3.2014)

Kuvat 6, 7, 8. Aqualand Torremolinos. Saatavilla: <http://www.aqualand.es/torremolinos/atracciones/>. (Luettu 31.3.2014)

Kuva 9, 10, 11. Tivoli World. Saatavilla: http://www.tivoli.es/_english/info.html. (Luettu 8.4.2014)

Kuva 12. Teléferico Benalmádena. Saatavilla: <http://www.english.telefericobenalmadena.com/descubreteleferico>. (Luettu 8.4.2014)

Kuva 13 & 14. Parque Acuático Mijas. Saatavilla: <http://aquamijas.com/en#!/>. (Luettu 24.4.2014)

Parque Acuático Mijas. Saatavilla: <http://aquamijas.com/en#!/>. (Luettu 24.4.2014)

Ryynänen, A. & Konu, M. 2011. Costa del Solin helmet. Matkaopas Espanjan Aurinkorannikolle. Helsinki: Gummerus Kustannus Oy.

Sea Life Benalmadena. Saatavilla: <http://www.visitsealife.com/benalmadena/en/>. (Luettu 21.4.2014)

Tivoli World Benalmádena. Saatavilla: http://www.tivoli.es/_english/info.html. (Luettu 8.4.2014)

Viajes Meriatur. Saatavilla: <http://www.meriatur.com/>. (Luettu 24.4.2014)